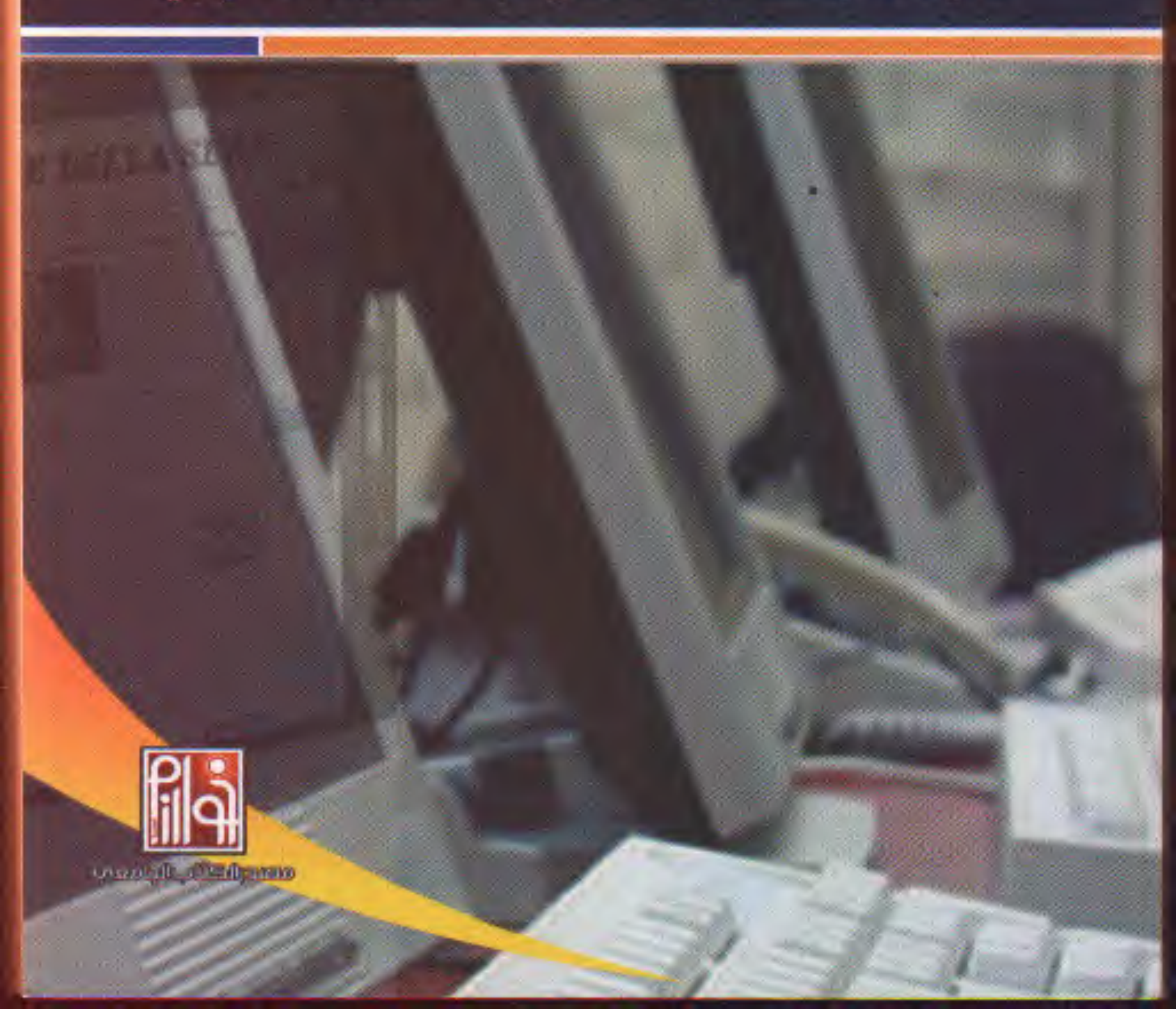
الصحافة الإلكترونية

وبنيتها على شبكة الإنترنت

تأليف د. بسنت عبد المحسن عبد اللطيف العقباوي



الصحافة الإلكترونية
وبنيتها على شبكة الإنترنت

الدكتورة
بسنت عبد المحسن عبد اللطيف العقباوى

مدرس الصحافة والإعلام
جامعة المنوفية - جامعة الملك عبد العزيز

١٤٣١هـ / ٢٠١٠م
الطبعة الأولى

الطبعة الاولى ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م



جدة - ٦٨١٧٠٩٠ ف : ٦٨١٨٨٣١
WWW.KHAWARIZM.COM

اسم البرنامج : Adobe Indesign
الخط العربي : AXt Manal
الخط الإنجليزي : Times
حجم الكتاب : ١٧ × ٢٤ سم

ح خوارزم العلمية للنشر والتوزيع ١٤٣١هـ
فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية اثناء النشر
العقباوي ،بسنت عبد المحسن عبد اللطيف
الصحافة الالكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت . / بسنت عبد المحسن عبد اللطيف العقباوي - جدة ١٤٣١هـ
٤١٦ص ١٧/٢٤سم
ردمك ٥-٦١-١-٨٠٠١-٦٠٣-٩٧٨
١ - الصحافة اللإلكترونية ٢ - الصحافة - معالجة البيانات أ. العنوان
ديوي ٠٧٠,٢٨٥ ١٤٣١/٢٠٧٣
رقم الايداع:٢٠٧٣/١٤٣١
ردمك ٥-٦١-١-٨٠٠١-٦٠٣-٩٧٨




بسم الله الرحمن الرحيم



تقديم الكتاب

بسم الله الرحمن الرحيم، والحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم)، وعلى آله وأصحابه آجمعين.

أما بعد ،،،

فى ظل الثورة التكنولوجية المتزايدة حرصت غالبية المؤسسات والهيئات على إنشاء مواقع إلكترونية لها على شبكة الإنترنت، وبدأت الصحافة الإلكترونية تطرح نفسها كمنافس للصحافة الورقية التقليدية، لما تتميز به من إمكانية قراءتها على مدار الأربع وعشرون ساعة، فضلا عن إمكانية متابعة كافة نوعيات الأخبار التى تقوم بتحديثها على مدار اليوم، بالإضافة إلي أنها تتيح لقرائها طلب الإخبار التى يرغبون فيها ومن ثم يمكن تعديلها لتلبى اهتمامات ورغبات قراءها .

كما أن الصحافة الإلكترونية ساعدت مستخدميها فى الوصول إلي كافة المعلومات الدينية والعلمية والتعليمية والتثقيفية والتاريخية والفنية والرياضية ..الخ، الأمر الذى يساعد مستخدمي الصحف الإلكترونية على الشبكة فى تحديد وانتقاء نوعية الموضوعات التى يرغبونها فى ضوء نوعية المعلومات التى يودون معرفتها، وساعدت الصحافة الإلكترونية القائمة على الوسائط المتعددة التفاعلية فى عمليات البحث والحصول على المعلومات والبيانات، حيث أن البحث عن المعرفة ليست عبثا بل هى مسالة حيوية تتعلق بوجود الفرد ومصيره، فالبحث عن المعرفة واكتساب المهارات يشكلان احد المهام الدائمة فى نشاط الأفراد .

وتوفر التفاعلية فى الصحف الإلكترونية للمستخدم أن يكون مشاركاً نشطاً فى خلق محتوى وسيلة الاتصال الذى يرغب فى التعرض لها، كما أن الصحف الإلكترونية تجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية وتكنولوجيا الإنترنت الحديثة المتمثلة فى النص الفائق والوسائط الفائقة وتطبيقات الوسائط المتعددة .

فى ضوء ما سبق، وفى ظل تزايد المستخدمين للحاسب الآلي وشبكة الإنترنت بكفاءة عالية، ومع انطلاقهم إلي عالم المعلومات والمغريات بالكلمة والصوت والصورة الثابتة والمتحركة إضافة إلي الواقع التخيلي. وخاصة بعد تزويد معظم المؤسسات بالبنية التكنولوجية من حاسبات وربطها بشبكة الإنترنت، وإدخال مقررات للحاسب الآلي والإنترنت.

أصبح من الضروري تبنى الصحف الإلكترونية كوسيلة إعلامية لمجارة التطور والمنافسة فى مجال الوسائط المتعددة التفاعلية والفجوة فى الشبكات العالمية، وأن يتجه التحرير الصحفي اتجاهاً عالمياً وواقعياً مصبوغاً بصبغة وطنية أو قومية ومستمداً حقائقه من دراسة منظمة للبيئة التى نعيش فيها بحيث يراعى فيها الوضوح والخروج من مجال الدراسات الأكاديمية النظرية إلي ميدان التطبيق الملائم ومتمشيا مع التكنولوجيا الحديثة والنشر الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت .

وإنطلاقاً من هذا الدور يأتى هذا الكتاب ليتناول عمليات تحرير وتصميم وإنتاج بنية الصحف الإلكترونية عبر الشبكات فى ضوء معايير التطور التكنولوجى والمعلوماتى والإعلامى المعاصر، ويعرض لأهم الأسس والمواصفات التى تحكم عمليات التصميم والانتاج والاستخدام .

كما أن هذا الكتاب فى الصحف الإلكترونية وبنيتها على شبكة الإنترنت يعتبر مفتاحاً للدراسة والتعمق فى تصميم وتطوير الصحف الإلكترونية عبر الشبكات .

وأرجو من الله أن يكون الكتاب عوناً للباحثين والباحثات والطلاب والطالبات فى أقسام الإعلام بالجامعات العربية على وجه العموم، وأخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين .

أ.د اعتماد خلف معبد

أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الطفل

معهد الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس



مقدمة الكتـــاب

أدى ظهور الشبكة العالمية للمعلومات «الإنترنت» في تسعينيات القرن الماضي تغيراً في مفهوم العمل الصحفي ، وذلك حينما شرعت كبرى الصحف العالمية في الدخول إلى شبكة الإنترنت .

حيث لم تعد تهتم فقط بإصدار صحف مطبوعة بل أصبحت تسعى إلى تصور واكتشاف منطق جديد يسمح بنقل الأخبار والمعلومات بعمق مستغلة في ذلك الإمكانيات الهائلة التي وفرتها التكنولوجية الحديثة المتمثلة في شبكة الإنترنت، لتسمح بظهور منتج جديد وهو ما يعرف الآن بالصحافة الإلكترونية .

والتي تمثل عالم جديد للصحافة أصبح من الضروري أن يوضع له خصائص ومعايير وضوابط تناسب الوسيلة الجديدة بأشكالها وقوالبها ومضامينها وأهدافها وتعقيداتها المتداخلة.

لذا يسعى هذا الكتاب إلى الإجابة على الكثير من التساؤلات المتعلقة بشكل المنتج الجديد ومعايير تصميم بنيته على الشبكة وطرق تحرير موضوعاته بما يتناسب وشكل الوسيط الجديد والجمهور الذي يوجه له .

مع التركيز على كيفية أنشاء مواقع الصحف الإلكترونية ومعايير ومتطلبات إنتاجها ... وكثير من الإشكاليات التي طرحها هذا الكتاب الذي هو ثمرة جهد خمس سنوات من البحث والدراسة للوصول إلى رؤية خاصة عن الصحافة الإلكترونية نابعة من دراسة

علمية ومنهجية منظمة قائمة على أساس علمي .

ونظرا للأهمية التي يحظى بها مجال تصميم وإنتاج الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت فقد جاء هذا الكتاب للتأكيد على الالتزام بمعايير ونظم وأسلوب علمي ومنهجي في تصميم وإنتاج وتحرير الصحف الإلكترونية، وجاء الكتاب فى خمس فصول على النحو التالى :

الفصل الأول: يتضمن هذا الفصل عرضا لبعض الموضوعات، فيبدأ بعرض ماهية الصحافة الإلكترونية، ونشأتها، وتطورها، ومميزاتها، وأهدافها، وجمهورها، والاعتبارات التي يجب أن تلتزم بها.

الفصل الثاني: يتطرق هذا الفصل إلى طبيعة تحرير الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت من خلال تناوله لأنواع الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت وأسس تصميم الصحف الإلكترونية، ومبادئ تصميم الصحف الإلكترونية و السمات الواجب توافرها في الفنون التحريرية التي تقدمها الصحيفة الإلكترونية على شبكة الإنترنت .

الفصل الثالث: تناول هذا الفصل العناصر البنائية للصحف الإلكترونية،على شبكة الإنترنت ومجموعة العناصر التى تتكون منها الصحيفة على الشبكة إلى جانب التعرف على متطلبات تصميم الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

الفصل الرابع: استعرض هذا الفصل عملية بناء مواقع الصحف الإلكترونية، بالإضافة إلى المراحل التي يتطلبها عملية بناء موقع الصحيفة على الشبكة.

الفصل الخامس: يتضمن هذا الفصل عرضا للصحف العربية الإلكترونية على

شبكة الانترنت، فيبدأ بعرض أنواعها، ونشأتها وأساليب تصميم مادتها، إلى جانب عرض لواقع الصحف الإلكترونية العربية على الشبكة الانترنت والمشكلات والعقبات التي تعترضها وأخيرا يعرض نماذج لبعض الصحف الإلكترونية العربية على شبكة الانترنت.

وأرجو من الله العلى القدير أن أكون قد وفقت في تحقيق الغرض المنشود من هذا الكتاب، مقدرة لكم ملاحظاتكم التى من شأنها إثراء العمل وتطويره، حيث الكمال لله وحده.

والله ولى التوفيق ،،

المؤلفة

جدة في محرم ١٤٣١ هـ

يناير ٢٠١٠ م



فهرست المحتويات



الفصل الأول

الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت

- ماهية الصحافة الإلكترونية .
- نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية .
- مميزات الصحيفة الإلكترونية .
- الصحيفة الإلكترونية ..السمات الأساسية مقابل الصحيفة الورقية
- خدمات الصحافة الإلكترونية .
- حاجات الجمهور من الصحف الالكترونية والاشباعات المتحققة منها
- دوافع قراءة الجمهور للصحف الإلكترونية .
- قراءة الصحف الإلكترونية .
- الشروط الواجب مراعاتها فى الصحف الإلكترونية .
- الشروط الواجب توافرها فى المعلومات المقدمة فى الصحف الإلكترونية .



الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت

أتاح التطور في آليات وسائط الاستقبال لخدمات الإنترنت للقراء متابعة الأحداث لحظة وقعها ، حيث مكنت الصحافة الإلكترونية قرائها من ذلك أينما كانوا وفى أي وقت ،الأمر الذي زاد من قوة وفاعلية تأثيرها .

ماهية الصحافة الإلكترونية :-

تعد الصحيفة الإلكترونية نتاج للتطور الهائل الذى شهدته تكنولوجيا الحاسب الآلي فى مجال الصحافة ويعود الفضل فى ظهورها إلى محاولات الباحثين والصحفيين المتعددة لإنتاج صحيفة لا ورقية تستطيع أن تقوم بوظائف الصحيفة المطبوعة وتضيف إليها من خلال استغلال الإمكانات الاتصالية لشبكة الإنترنت.

ويرتبط مفهوم الصحيفة الإلكترونية بمفهوم أخر اشمل واعم وهو مفهوم النشر الإلكتروني Electronic Publishing الذى يستخدم للإشارة إلى استخدام الكمبيوتر فى عمليات إنشاء وتحرير وتصميم وطباعة وتوزيع المطبوعات، وبالتالى فان غالبية الصحف الورقية يمكن اعتبارها مطبوعات إلكترونية لأنها تنشا وتحرر وتنسق وتنقل إلى المطابع وتوزع باستخدام أجهزة الكمبيوتر، بل يمتد حقل النشر الإلكتروني الآن ليشمل النشر عبر الإنترنت أو توزيع المعلومات والأخبار من خلال وصلات اتصال عن بعد أو من خلال تقنية الوسائط المتعددة وغيرها من النظم الاتصالية التى تعتمد على شبكات الحاسبات، وتعتمد نظم النشر الإلكترونى عموما على التقنية الرقمية التى توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص والصوت والصورة معا بمعدلات عالية من

السرعة والمرونة والكفاءة .

وقد حاول عدد من الباحثين تحديد مفهوم للصحيفة الإلكترونية، فترى "مها الطرابيشي" أن الصحيفة الإلكترونية عبارة عن منشور إلكتروني يجمع بين مفهومي الصحافة التقليدية ونظام الملفات المتتابعة التى يتيحها النشر الإلكتروني، وبهذه الطريقة فهى منشور إلكتروني يصدر بصفة دورية ومنتظمة ولها موقع محدد على شبكة الإنترنت .

ويطلق "محمود علم الدين" على صحافة التسعينيات الصحافة الإلكترونية أو الصحافة الرقمية، وهى التى يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت وقواعد البيانات التى تقدم خدماتها للجمهور وتكون على شكل مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية.

وتؤكد "نجوى عبد السلام" على أن الصحافة الإلكترونية عبارة عن منشور دوري يحتوى على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءته من خلال جهاز كمبيوتر ، وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الإنترنت .

ويعرف "جمال غيطاس" الصحيفة الإلكترونية على أنها نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني – الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى- تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل فى الصحافة المطبوعة مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التى تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما فى ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقى لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة .

ويذكر " حسنى نصر، عصام عبد الهادى" أن الصحيفة الإلكترونية هى صحيفة تحمل سمات الصحيفة الورقية وتؤدى وظائفها بالإضافة إلى سمات الخدمات الإذاعية المسموعة وربما المسموعة المرئية بسبب قدرتها على تقديم الأخبار فى أى وقت والخدمات المصورة بطريقة الفيديو وتتيح للقارئ اختيار وقت التعرض .

ويبين "حسنى نصر" أن الصحيفة الإلكترونية هى تلك الصحيفة اللاورقية التى يتم نشرها على شبكة الإنترنت ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها والبحث داخلها بالإضافة إلى حفظ المادة التى يريدها منها وطبع ما يرغب فى طباعته مستغلاً فى ذلك الإمكانيات الاتصالية لشبكة الإنترنت.

ويضيف "سعيد الغريب" أن الصحف الإلكترونية هى تلك الصحف التى يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية أو كجرائد ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق وتتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات على الصور والخدمات المرجعية .

والصحيفة الإلكترونية، صحيفة تقوم على استخدام أداة الإنترنت وإنشاء موقع لها بخصائص لها معينة على شبكة المعلومات الدولية وتجمع بين المطبوع الورقي واستخدام الأقراص المدمجة (DVD أو CD) لتقديم محتواها عبر الأداتين بحيث تتيح لمستخدميها اختيار المواد والموضوعات الصحفية التى يرغبون فيها وتلبى اهتماماتهم وتفي باحتياجاتهم .

ويطلق البعض على الصحيفة الإلكترونية صحافة الشبكة فهى من منطلقات الموجة الجديدة لثورة النشر الإلكترونى للصحف العربية والعالمية على شبكة الإنترنت والتى تتيح لكل مشترك أينما كان أن يقرأ الصحيفة على شاشة جهازه الشخصى صباح كل يوم .

وتصف «فاتن الطنبارى » الصحف الإلكترونية على أنها وصف نص مناظر أو مشابه للصحف المطبوعة ولكنها فى شكل رقمى Digital ويعرض على شاشة كمبيوتر ويمكن للأقراص المدمجة CD-ROMs اختزان كمية هائلة من البيانات فى شكل نص وأيضا فى شكل صور رقمية ورسوم متحركة وتتابعات مرئية وكلمات منطوقة وموسيقى وغيرها من الأصوات لتكمل هذا النص وهى من المؤثرات التى تشد انتباه القراء إلى متابعتها والاستمتاع بها .

بينما يرى" أكسجين Xigen " أن الصحف على الإنترنت تجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية المتمثلة فى: الصور والرسوم والعناوين... الخ، وتكنولوجيا الإنترنت الحديثة المتمثلة فى النص الفائق وتطبيقات الوسائل المتعددة .

وعبر "جلدر Gilder" عن الصحف على الإنترنت على أنها جاءت نتيجة للدمج بين الكمبيوتر والصحافة، حيث استخدمت الصحافة الكمبيوتر فى إنتاج وتسليم المواد الإعلامية بشكل رقمى عن طريق التزاوج بين الثقافة المطبوعة Literacy Print والتسلم الرقمي Digital Delivery بواسطة الكمبيوتر للمواد الصحفية، يتضح من خلال التعريفات السابقة أن بعض التعريفات لمفهوم الصحافة الإلكترونية اعتمد على أنها تحول من الصحافة المطبوعة إلى الصحافة الإلكترونية حيث تعتمد الأخيرة بشكل جوهري على المواد المعلوماتية، وأن الصحيفة الإلكترونية ما هى إلا حلقة من حلقات تطور الوسائط المادية التى تحمل معلومات مفيدة للقراء، وأن الصحيفة الإلكترونية وصف نص مناظر أو مشابه للصحف المطبوعة يعرض على شاشة الكمبيوتر، وبعض التعريفات أوضحت أن الصحف الإلكترونية وإن كانت تعتمد على النص المكتوب إلا أنها تختلف عن الصحف المطبوعة فى استخدامها للفضاء الإلكتروني والوسائط المتعددة والفائقة وبالتالى لابد وأن تخلف عن مجرد تحويل الصحف المطبوعة إلى إلكترونية

على شبكة الإنترنت .

والصحيفة الإلكترونية هى وسيلة من وسائل الاتصال عبر شبكة الإنترنت تستخدم فنون وآليات ومهارات العمل الصحفي مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التى تناسب استخدام الفضاء الإلكترونى كوسيلة اتصال مستخدمة فى ذلك عناصر الوسائط المتعددة والنص الفائق والوسائط الفائقة للتعامل مع محتويات الصحيفة ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكترونى بسرعة، بحيث يتاح للمتلقي التفاعل بإيجابية وبسرعة وسهولة حسب احتياجاته وقدراته فى تصفح الموضوعات واستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية، وإمكانية حفظه للمعلومات والأخبار وطباعتها .

نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية :-

شهدت تكنولوجيا الاتصال تطورات مذهلة خلال ربع القرن الأخير من القرن العشرين ومن أبرز مظاهرها تنامى دور الحاسبات الإلكترونية التى أحدثت تحولات كبيرة فى مجال العمل الصحفى على المستوى التحريرى والإخراجي، وأدى ظهور الأنظمة الاتصالية الجديدة إلى سرعة نقل المعلومات وتبادلها وزيادة القدرة على التعبير النصى والحركى والصوتى، بالإضافة إلى سرعة استرجاع البيانات من قواعدها بصورة فورية، الأمر الذى ترتبت علية زيادة الاتصالات بين الأفراد من خلال شبكات الاتصال التفاعلى التى تتيحها الإنترنت .

وحتى مطلع التسعينيات كانت الإنترنت مجرد شبكة تربط أجهزة الكمبيوتر وتستخدم في نقل وتبادل المعلومات بين الإدارات الحكومية والجامعات ومراكز البحوث ومع ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية WWW وظهور شركات مزودي خدمات الإنترنت للأفراد

عن طريق الاشتراك، تزايد الاستخدام الجماهيري للإنترنت وتحولت بالفعل إلى وسيلة اتصال تؤدى وظائف الاتصال الشخصى والاتصال الجماهيري، وعندما أصبحت الإنترنت ظاهرة وخرجت من إطار الاستخدامات الحكومية والجامعية المحدودة انفجر ما يسمى بالنشر الإلكتروني Electronic Publishing للصحف والمجلات ومواقع المعلومات والأخبار .

وفى هذا الإطار ظهرت الصحافة الإلكترونية وبدأت تطرح نفسها كمنافس للصحافة المطبوعة بشكلها التقليدي الحالى، خاصة بعد أن شهدت صناعة الصحافة فى العقود الثلاثة الأخيرة تطوراً كبيرا بعد أن أحدثت الإنترنت تغيرا كبيرا في مفهوم العمل الصحفى .

حيث قامت الصحف العالمية فى الدخول على شبكة الإنترنت باعتبارها شبكة اتصالات ضخمة تضم عشرات الآلاف من شبكات الحاسبات المختلفة الأنواع والأحجام تتصل ببعضها عن طريق أجهزة الكمبيوتر ، وكانت البداية بظهور الصحافة المطبوعة عبر النشر الإلكتروني فمنذ خمسين عاما كانت الصحف ترسل عبر موجات الراديو إلى عشرات الآلاف إلى المنازل عن طريق أجهزة الفاكس وكانت النسخة تكلف من خمسين إلى مائة دولاراً، كما عرفت الصحافة محاولات بطريقة الفيديوتكس Videotex فى بداية الثمانينيات وذلك باستخدام خطوط التليفون ليتم استقبالها على شاشات التليفزيون أو شاشات الكمبيوتر فى المنازل مقابل اشتراك شهرى، ولكن انخفاض وضوح الصورة بالإضافة إلى بطء الاستعراض جعل قراءة الصحف عملية صعبة، وكان استقبال الصحيفة الورقية أرخص كثيرا من استقبالها بهذه الطريقة، كما بدأت بعض الشركات فى الثمانينات مثل كمبيوسرف CompuServe فى تقديم طبعات إلكترونية من الصحف القومية فى إطار تجريبي ولم تستمر هذه المحاولات بسبب تكلفتها العالية

ولأنها لم تجد مستهلكين كافيين لاستمرارها .

وبدءا من تسعينيات القرن العشرين بدأت الصحف فى الخروج إلى الإنترنت بدوافع عديدة لعل من أهمها محاولة الاستفادة من التكنولوجيا الجديدة لتعويض الانخفاض المتزايد فى عدد قرائها وفى عائدات الإعلان، فقد كانت الصحف- خاصة الأمريكية- تعانى من الانخفاض المستمر فى معدلات قراءتها سواء على مستوى الانتظام فى القراءة أو قراءة أكثر من صحيفة أو عدد قراء النسخة الواحدة أو على مستوى نسبة توزيع الصحف على المنازل الأمريكية، وقد شهدت صناعة الصحافة الأمريكية اختفاء ٤٤ صحيفة يومية خلال الفترة من ١٩٩٥ إلى ٢٠٠٠ .

بالإضافة إلى ما سبق ظهرت المشكلات المتصلة بارتفاع تكلفة إنتاج وتوزيع الصحف نتيجة تضاعف أسعار المطابع وزيادة تكلفة وتعقد أنظمة التوزيع، كما عانت الصحف المطبوعة من مشكلة انخفاض عائداتها من الإعلان الذى يمثل المصدر الرئيسى لتمويلها خاصة بعد تحول المعلنين إلى التوسع فى استخدام وسائل إعلاني أخرى مثل البريد المباشر وإعلانات المتاجر ومحطات تليفزيون الكابل بالإضافة إلى المنافسة على الإعلانات التى تواجهها الصحف المطبوعة من وسائل الإعلام الأخرى.

ويؤكد «محمود علم الدين» على أن الصحافة المطبوعة أو الورقية تواجه عدة تحديات خطيرة الآن من أكثرها إلحاحا التحدي الاقتصادي المتمثل فى ارتفاع أسعار الورق والتجهيزات التكنولوجية مقارنة بتكاليف إصدار الصحف الإلكترونية على شبكات المعلومات، والتحدى البيئى المتمثل فى دعاة الحفاظ على البيئة سواء من خلال الحفاظ على الغابات واشجارها، أو التخلص من التأثيرات السلبية لطباعة الصحف الورقية، وتحدى المنافسة الإعلامية والاتصالية من باقى الوسائل الأخرى المنافسة، واخيرا المصداقية، من الدوافع التى تشجع على النشر الإلكتروني .

ومن الدوافع التى دفعت عديد من الصحف فى اكتشاف قيمة توصيل المعلومات الكترونياً من خلال شبكات الكمبيوتر الاتصالية، التفوق الذى أبدته المحطات التليفزيونية الإخبارية فى تغطية الأحداث مثل قناة CNN، بالإضافة إلى عدم نجاح الصحف المطبوعة فى اجتذاب القراء صغار السن حيث يتركز معظم قرائها حاليا فى المرحلة العمرية المتوسطة والمتقدمة، يضاف إلى ذلك ارتفاع تكاليف الإنتاج الطباعى وأسعار الورق.

وقد حدد بعض الباحثين فى دراسات حول الإنترنت كوسيلة إعلام الدوافع التى قادت الصحف المطبوعة إلى الدخول في ميدان النشر الإلكتروني وإصدار طبعات إليكترونية في أن : الصحف أرادت أن تحجز لها مكانا على الطريق السريع للمعلومات Information Super Highway إلى حين تقرر كيف يمكنها تحقيق ربح مادى عن طريق النشر الإلكتروني، وأن بعض الصحف دخلت إلى هذا المجال تخوفا من أن تسبقها الصحف المنافسة .

ففى أوائل التسعينيات اتجهت الصحف والمجلات إلى البحث عن وسائل لتوزيع المعلومات إليكترونيا، فقبل عام ١٩٩٥ وتحديداً فى عام ١٩٩٣ كان هناك عشرون صحيفة وعدد قليل من المجلات والنشرات التى تنشر إليكترونيا، وكان عدد الصحف التى استطاعت أن تقيم لها مواقع إليكترونية على الشبكة لا يتعدى ست صحف كبرى وعدد من الصحف الصغيرة، وبمرور الوقت وبحلول منتصف التسعينيات أصبحت غالبية الصحف لها مواقع على الشبكة تضم بعضها النسخة الكاملة من الصحيفة المطبوعة ومنتجات معلوماتية أخرى .

وبدأت الصحف الأمريكية تعرف طريقها إلى الإنترنت فكانت أول صحيفة تصدر فى الولايات المتحدة نسخة إلكترونية لها على الإنترنت صحيفة شيكاغو تريبيون التى تصدر من ولاية نيومكسيكو مع نسختها شيكاغو أولين كأول صحيفة ورقية تخرج إلى الإنترنت

وتنشئ لها موقعا على الشبكة وذلك عام ١٩٩٢، وفى فبراير ١٩٩٣ أصدرت مجلة نيوزوويك الأسبوعية الأمريكية أول طبعة لها على أسطوانة مدمجة تجمع ما بين عرض النصوص المكتوبة والصوتية (المسموعة) والصور والرسوم المتحركة، يمكن للجمهور عرضها وتشغيلها من خلال جهاز خاص بتشغيل الاسطوانات المدمجة متعددة الوسائط والتى يمكن ربطها بشاشة إلكترونية أو حاسب إلكتروني .

وبعد ذلك اتجهت غالبية الصحف الأمريكية إلى إصدار صفحاتها عبر الإنترنت خلال عامي ١٩٩٤ –١٩٩٥ فأصبح عدد الصحف اليومية الأمريكية التى أنشئت لها مواقع إلكترونية من ستين صحيفة فى عام ١٩٩٤ إلى ١١٥ صحيفة فى عام ١٩٩٥ ثم إلى ٣٦٨ صحيفة فى منتصف عام ١٩٩٦، ففى الفترة من عام ١٩٩٠ حتى عام ١٩٩٥ اتجهت أكثر من ٧٥٠ صحيفة فى العالم إلى إنتاج إصدارات إلكترونية لها تعرض عبر شبكة الإنترنت وأزداد هذا العدد إلى ٢٠٠٠ صحيفة إلكترونية فى عام ١٩٩٦ ومع بداية عام ٢٠٠٠ دخلت صناعة الصحافة إلى عالم الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة وبخاصة مع توفر خدمة الإنترنت مجانا فى الولايات المتحدة الأمريكية وبلاد العالم المتقدم وبعض من البلاد النامية، حيث أصبحت الصحافة جزء من تطور وتوزيع شبكة الإنترنت.

ومن أبرز الصحف الأمريكية التى تصدر طبعات إلكترونية خاصة صحيفتا الوشنطن بوست و نييورك تايمز ثم تليها صحيفة يوأس توداى اليومية كأول صحيفة كبرى تنشئ لها موقع على شبكة الإنترنت مستخدمة تكنولوجيا النص الفائق حيث يستطيع المستخدم من خلالها الانتقال إلى مواقع أخرى وكذلك إلى الأقسام المتعددة للصحيفة مثل العناوين الرئيسية والصور والأبواب المتخصصة كأبواب المال والاقتصاد والرياضة وأحوال الطقس بالإضافة إلى عشرات الصحف الأخرى التى تصدر طبعات إلكترونية

خاصة بها، ثم توالى بعد ذلك ظهور المواقع الإخبارية والصحفية على الإنترنت سواء الخاصة بالصحف والقنوات التليفزيونية أو التابعة للمواقع الإخبارية المستقلة التى تعد قناة صحفية إلكترونية مستقلة فى حد ذاتها .

وقد أصدرت منظمة الصحف الأمريكية NAA عدد الصحف اليومية الأمريكية والكندية التى لها مواقع على الإنترنت بأكثر من ٧٥٠ صحيفة يومية فى منتصف عام ١٩٩٨، كما قدرت مجلة المحرر والناشر عدد الصحف اليومية الأمريكية التى لها مواقع على الشبكة فى العام بأكثر من ٢٨٠٠ صحيفة وبحلول علم ٢٠٠٢ كان هناك نحو ٥٠٠٠ صحيفة على الشبكة .

ويشكل الحاسب الآلي الآن للصحف الأوربية أساس وجوهر الثورة التكنولوجية فى مجال الاتصال، كما يشكل جوهر العملية الإنتاجية فى مجال صناعة الصحافة، كما أنه من العناصر الأساسية المتحكمة فى عملية إنتاج الصحف اليوم، وفى أتقان هذه العملية بشكل سريع بدأ من جمع المادة الصحفية وانتهاء بنشرها وتوزيعها وتداولها إلكترونيا بين القراء ، ولقد كانت أول صحيفة تنشر إلكترونيا بالكامل على شبكة الإنترنت صحيفة هيلزنبورج إجبلاد السويدية، أما أول صحيفة يومية باللغة الألمانية تدخل إلى شبكة الإنترنت صحيفة ديرستاندارد وذلك فى الثاني من فبراير عام ١٩٩٥، ومن أبرز الصحف الأوربية التى تصدر طبعات إلكترونية خاصة صحيفتا ديلي تلجراف و يفينج ستاندر البريطانية والتى تميز منها صحيفة ديلى تلجراف التى تجمع بين النصوص والصور بل ومختارات منها، ويتوقع أن تكرس الصحف طبعتها الإلكترونية لخدمة قطاع معين من القراء يرغبون فى الحصول على نوع محدد من مضمونها فى شكل معطيات إلكترونية يمكن حفظها أو إعادة طبعها على الورق أو تضمينها فى مطبوعاتهم الخاصة .

وبدأت الصحف العربية تدرك أهمية الإنترنت، وضرورة وجودها على هذه الشبكة منذ انطلاق خدمات الإنترنت على المستوى العالمى عام ١٩٩٠ إلا أن الخدمات الصحفية العربية على شبكة الإنترنت تأخرت إلى نهاية التسعينيات لأسباب تقنية واقتصادية ويتوافر حاليا ما يقرب من نصف الصحف العربية اليومية على شبكة الإنترنت تقدم خدماتها على مدار الساعة لقراء العربية فى مشارق الأرض ومغاربها. وكان منتصف عام ١٩٩٦ هو بداية ظهور الصحف العربية على شبكة الإنترنت، حيث سارعت بعض الصحف العربية بإنشاء مواقع لها على الشبكة خصصتها فى البداية كمواقع دعائية لها ثم حولتها بفعل تطور الصحافة الإلكترونية عالميا إلى مواقع صحفية تضع عليها بعض مادتها الورقية، ولم تصل الصحف العربية الإلكترونية إلى الآن إلى مرحلة الانفصال التام عن نظيرتها الورقية مثلما حدث مع بعض الصحف الأمريكية، فالصحف العربية مازالت نسخا مصغرة من الصحف الورقية التى تدير بنفسها هذه المواقع ولم تستقل سواء فى إدارتها أو صحفيها أو مادتها عن الصحف الورقية الأم ، ويبن الجدول الآتي أن غالبية الصحف العربية بدأت متأخرة فى تقديم خدماتها على الإنترنت، حيث بدأت المواقع عام ١٩٩٦ بتدشين ثلاثة مواقع فقط، ثم تلاها ست صحف عام ١٩٩٧ ، وسبع صحف عام ١٩٩٨ .

جدول رقم (١)

تاريخ تقديم خدمات الصحف العربية على شبكة الإنترنت

تاريخ تقديم الخدمة على الإنترنت	عدد الصحف	النسبة المئوية
١٩٩٦	٣	٪٣,٩٥٪
١٩٩٧	٦	٪٧,٩٠٪
١٩٩٨	٧	٪٩,٢١٪
١٩٩٩	٢٣	٪٣٠,٢٦٪
٢٠٠٠	٩	٪١١,٨٤٪
غير متوفر	٢٨	٪٣٦,٨٤٪

وتعد أول صحيفة عربية إلكترونية يتم إعداد مادتها التحريرية والإعلامية ونشرها إلكترونيا عبر الإنترنت هى صحيفة المراسل والتى لا تعد النسخة الإلكترونية من الصحيفة الورقية، وهى صحيفة إلكترونية أسبوعية بدأت إصدارها فى ١٢ أغسطس ١٩٩٧ ، ومن الصحف العربية التى حرصت على إنشاء موقع لها على شبكة الإنترنت صحيفة الراية التى إصدارات أول نسخة إلكترونية لها فى الأول من يناير ١٩٩٧ وتليها جريدة الوطن الكويتية والأيام البحرينية والدستور والبيان والرأي الأردنية وجريدة الحياة وكذلك جريدة الجزيرة فى ١٦ أبريل عام ١٩٩٧ واتبعتها السعودية التى إصدارات أو نسخة إلكترونية لها فى ١٢ يوليو ١٩٩٧ ، وبالنسبة لجريدة الشرق الأوسط فهى لا تتيح الاطلاع عليها من خلال شبكة الإنترنت إلا باشتراك سنوى، وقد حددت إحدى الدراسات عدد مواقع الصحف العربية اليومية والأسبوعية على الإنترنت فى بداية عام ١٩٩٨ بحوالي ٤٢ موقعاً بالإضافة إلى ١٥ موقع لمحطات الراديو والتليفزيون العربية وستة مواقع

بوكالات الأنباء العربية، وقدر أحد الباحثين العرب عدد الصحف الإلكترونية فى العالم العربى بنحو ٦٥ صحيفة تصدر باللغات الثلاثة العربية والإنجليزية والفرنسية .

ولما تتمتع به شبكة الإنترنت من أهمية تسابقت المؤسسات الصحفية المصرية لإنشاء مواقع إلكترونية لها على الشبكة فى ١٦ فبراير ١٩٩٧ تضم نسخا إلكترونية من صحف الجمهورية والمساء والجازيت ومصر اليوم وعقيدتى الدينية بدأ من عام ١٩٩٨، ثم تلتها بعد ذلك صحيفة الشعب، حيث أصدرت نسختها الإلكترونية فى أول أكتوبر ١٩٩٨، وفى أول مارس ١٩٩٨ دخلت صحيفة الوفد إلى شبكة الإنترنت تلتها صحيفة العالم اليوم فى ٢٥يوليو١٩٩٨، وبعدها بيومين فقط أصدرت صحيفة الأسبوع نسختها الإلكترونية وذلك فى ٢٧يوليو١٩٩٨، كما أن موقع جريدة الأهرام يعد من أكثر المواقع المصرية الواعدة رغم أنها لم تتح من خلال الإنترنت سوى جريدة الأهرام ويكلى الصادرة بالإنجليزية والسياسة الدولية منذ يونيو ١٩٩٨، أما النسخة الإلكترونية للأهرام الصباحي بدأت تصدر فى ٥ أغسطس ١٩٩٨، ويوجد على موقع الأهرام أيقونات لبقية إصدارات المؤسسة ولكنها لا تزال غير نشطة بمعنى أن بثها الإلكترونى عبر الشبكة لم يبدأ بعد وتلتها صحيفة العربى الحزبية فى ٣١أغسطس ١٩٩٨ وأخيراً النسخة الإلكترونية لصحيفة الأهالي الحزبية وذلك فى الثالث من مارس ١٩٩٩ ، وتشير الدراسات الخاصة بالصحف الإلكترونية العربية والمصرية على الإنترنت إلى أن غالبية الصحف الإلكترونية ما هى إلا طبعات إلكترونية من الصحيفة الورقية، حيث نجد الصحف الإلكترونية تحتوى على ٩٠٪ من المادة التحريرية المطبوعة.

ويمكن القول أن واقع الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية لا يخرج عن كونه مواقع تابعة للصحف المطبوعة حيث تشكل الجزء الرئيسى فى ظاهرة الصحافة الإلكترونية الحالية على الإنترنت، أما عن المواقع التابعة لجهات غير صحفية كبوابات الأخبار

المستقلة ومواقع قنوات التليفزيون المصرية والعربية والأحزاب والمنظمات والهيئات وغيرها فإما غير موجودة فعلا أو لا تمارس أى نوع من الصحافة الإلكترونية أو قليلة العدد ولا تشكل ظاهرة، ومن هنا يصح الحديث عن الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية من الناحية العملية حديثا عن مواقع الصحف المطبوعة وليس غيرها.

مميزات الصحيفة الإلكترونية :

إن عالم الصحافة الإلكترونية قد أصبح على درجة كبيرة من الاتساع ويشهد على الدوام تطورات جديدة ربما كل يوم، ورغم اتفاق الباحثين على أن الصحيفة الإلكترونية تحمل سمات الصحيفة الورقية وتؤدى وظائفها، يرى البعض الآخر أن الصحيفة الإلكترونية تحمل أيضا سمات الخدمات الإذاعية والتليفزيونية بسبب قدرتها على تقديم الأخبار فى أى وقت والخدمات المسموعة والمصورة بطريقة الفيديو مستغلة فى ذلك ما أتاحته تكنولوجيا النص الفائق والوسائط الفائقة على شبكة الوب، وتتيح للقارئ اختيار الوقت المناسب له للتعرض لها، وتتحدد مميزات الصحيفة الإلكترونية فيما يلى:

- إمكانية توزيعها وبالتالى تعرض القارئ لها على مدى الأربع والعشرين ساعة بينما ينتظر القارئ يوما كاملا للحصول على العدد الجديد من الصحيفة الورقية اليومية .
- إمكانية متابعة الجديد من الأخبار فى أى وقت خاصة مع وجود خدمة التحديث التى يتم إدخالها على الصحيفة الإلكترونية على مدار اليوم، ولا يتوافر هذا فى الصحيفة الورقية نظرا للكلفة العالية لإصدار طبعات إضافية من الصحيفة لمتابعة الجديد من الأحداث .

- إمكانية إنتاجها بناء على طلب القارئ، فالصحيفة الإلكترونية على خلاف الصحف الورقية والخدمات الإذاعية والتليفزيونية يمكن أ ن تنقل إلى القارئ الأخبار والموضوعات عند طلبها وفى الوقت الذى يحدده، وتعرف هذه الخدمة بخدمة "الأخبار تحت الطلب News on Demand" وتمكن الجمهور من اختيار المعلومات التى يريدون مطالعتها من بين المعلومات الكثيرة التى تقدمها الصحيفة .

- إمكانية تعديلها لتلبى حاجات القارئ الفردية، فنظرا لكونها لا تحتاج إلى توزيع جماهيري تقليدي فإن الصحيفة الإلكترونية يمكن "شخصنتها" أى تفصيلها وفقا لرغبة كل شخص To be Personalized لكى تضمن فقط الأخبار والموضوعات محل اهتمام كل قارئ، وهذه الخدمة يمكن أن تكون مضمنة فى الصحيفة الإلكترونية أو أن تترك للقارئ ليقوم بها وفق احتياجاته، إذ يمكن لمنتج الصحيفة أن يجهز قائمة بالأخبار التى يختارا القارئ مسبقا لتكون جاهزة للعرض فور قيام المستخدم بالدخول إلى موقع الصحيفة، كما يمكن للمستخدم أن يطلب الأخبار والموضوعات التى يريدها من قائمة العناوين الرئيسية أو بالبحث داخل الصحيفة باستخدام كلمة مفتاحية .

كما أتاح استخدام الحاسبات الإلكترونية ظهور الصحف بأشكالها المختلفة من الجرائد والمجلات على وسائط أخرى غير مطبوعة، وتبلور ذلك على المستوى الإنتاجي فى ظهور ما يسمى الصحافة المباشرة Online Journalism وهى الصحف التى يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت وقواعد البيانات التى تقدم خدماتها للجمهور، وتكون شكل مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية، وتتمتع هذه الصحف بخصائص وسمات نبعت من سمات الإنترنت فى مجال الناحية الصحفية ومن هذه السمات:

١- **التغطية الصحفية الفورية** Fresh & Updated Coverage: حيث تتوافر عديد من المصادر والمواقع الصحفية التى تبث أخبارها بشكل فورى ومتجدد على الإنترنت، مما يتيح للصحفى الحصول على المعلومات فى حينها In Real Time، كما توفر بعض هذه المصادر خدمة الـ Breaking News التى توفر معلومات عن الأخبار المفاجئة .

٢- **التغطية الصحفية الحية** Live Coverage: حيث يمكن أن توفر الإنترنت تغطية حية للأحداث من موقع حدوثها، وفى لحظة وقوعها، فضلاً عن إمكانية تغطية مؤتمرات صحفية حية من بعد، وتعمل عديد من الشركات المتخصصة على تطوير تقنيات البث الصحفى الحى على الإنترنت .

٣- **التغطية الصحفية المتعمقة** In-depth Coverage: حيث تتوافر على الإنترنت عديد من المصادر الصحفية التى تتناول ذات الموضوعات بطرق متنوعة، مما يسمح بالتعرف على أبعادها المتعددة، كما يوجد عديد من الروابط Links والتى تحيل القارئ أو الصحفى إلى مصادر ووثائق وإحصائيات وبيانات تعمق معرفته ومعلوماته حول الموضوع الذى يكتب عنه.

٤- **التغطية الصحفية التفاعلية** Interactive Coverage: حيث تتيح الإنترنت إمكانيات التفاعل الإيجابي بين القراء والصحفيين، وتزيد من مشاركة القراء فى أداء الأعمال الصحفية، حيث أصبحت السيادة فى الصحافة الإلكترونية الحديثة للقارئ، الذى أصبح بمقدوره الرد على كل الآراء والمعلومات المنشورة .

٥- **التغطية الرقمية** Digital Coverage: حيث توفر الإنترنت عديد من المواد الصحفية والصور والبيانات والرسوم بشكل رقمى قابل للمعالجة والاستخدام الفورى بدون الحاجة إلى إعادة إنتاجه، كما يمكن تخزينها واسترجاعها فى أى وقت، وهو أمر مهم فى العمل الصحفى، حيث يوفر الجهد والوقت، كما يفتح

آفاقاً رحبة لأداء العمل الصحفى بطرق أكثر سرعة وسهولة وتنظيم.

٦- **التغطية الصحفية متعددة الوسائط** Multimedia Coverage: حيث توفر الإنترنت عديد من الوسائل التفاعلية التى تجعل التواجد الصحفى عليها مميزاً، مثل الصوت والصورة والألوان والجرافيكس واللقطات المرئية المتحركة، وهى مواد تفعل عملية الاتصال الصحفى بين الصحيفة وقرائها، وتنقل القارئ إلى موقع الحدث وتقربه من أشخاصه ومصادره وأجوائه، كما تيسر أداء الوظائف الصحفية من أخبار وشرح وتفسير، فضلا عن القدرة على التحكم فى طريقة العرض والابناط والأحجام والخلفيات والمساحات ...الخ .

٧- **التغطية الصحفية المتكاملة** Comprehensive Coverage: حيث تجمع الإنترنت بمفرداتها بين أكثر من عنصر من عناصر الممارسة الصحفية، فهى مصدر حقيقي يزود بالمعلومات، وأداة اتصال بالمصدر مثل التليفون والبريد الإلكترونى وجماعات النقاش، وهى وسيلة كتابة ومعالجة للمعلومات، وهى مكتبة وأرشيف ضخم، وتساعد كل هذه العناصر على إمكانية قيام الصحفى بتغطية متكاملة لحدث ما دونما مغادرة مكتبه أو موقعه .

٨- **التغطية الصحفية الذاتية** Self Duty Coverage: حيث بمقدور الصحفى - باستخدام الإنترنت- القيام بكل مفردات العمل الصحفى بمفردة، من اختيار الموضوع، وجمع بياناته والاتصال بمصادره، وكتابته، بل ونشره .

٩- **التغطية الصحفية المولفة** Customized Coverage: حيث يمكن توليف وتوفيق التغطية الصحفية التى الإنترنت وفقاً لاحتياجات القراء من الأخبار والمعلومات، وتفصيلاتهم الصحفية(مصادر الإنترنت) بما يتوافق مع احتياجات الصحيفة وتوظيفها كأحد مصادرها الصحفية الذاتية .

١٠- **التغطية الصحفية الموضوعية** Objective Coverage: حيث تتوافر عدة مصادر تتناول ذات الحدث على شبكات الإنترنت، ويمكن مقارنة توجهاتها ورؤيتها ومعالجته له، وهو ما يساعد على تكوين صورة موضوعية عن طبيعة الأحداث والموضوعات .

١١- **التغطية الصحفية المستمرة** Continuing Coverage: فالعمل الصحفى على الإنترنت لا يتوقف على مدار الـ٢٤ ساعة، بما يتيح تجديد المادة الصحفية بشكل مستمر فضلا عن السرعة فى التغطية.

١٢- **التغطية الصحفية اللامحدودة** Infin News Hole Coverage: لتوافر مساحة كبيرة ولا محدودة على الإنترنت، تسمح بتغطية كبيرة للحدث، وإحالة تفاصيله إلى روابط عديدة.

وهناك بعض السمات والخصائص التى تتميز بها الصحف الإلكترونية كشكل صحفى منها :

- تصدر فى الوقت الحقيقى لتحريرها .
- تعطى القارئ الفرصة لقراءتها فى أى وقت، أى أن القارئ لديه حرية قراءتها فى أى وقت خلال فترة معينة، وإمكانية تحميلها واسترجاعها ولا تزامن بين إنتاج الجريدة واطلاعه عليها .
- تستخدم الأسلوب التفاعلى من خلال تكنيك النص الفائق والوسائط الفائقة الذى يتضمن وصلات لنقاط داخل الموضوع أو الخبر المنشور(تعريف – سيرة ذاتية – معلومات خلفيه – آراء سابقة).
- توجد فى موقع معين Web site، وبالتالى تتيح فرصاً واسعة فى البحث والاختيار

والتصفح، والموقع يمكن الدخول إليه من خلال عدة طرق: طلبه مباشرة، أو من خلال أي محرك بحثي، أو من خلال الاحتفاظ به فى قائمة التفضيلات، أو جعله Default، أو من خلال وصلات خاصة بها فى موقع، أو مواقع أخرى .

- أن الصحيفة قد توجد مستقلة بمفردها، أو فى إطار موقع مؤسسة أخرى (إعلامية مثلاً).
- الوحدة الأساسية فى الصحيفة الإلكترونية الموضوع، وليس الصفحة .
- أن القارئ يستطيع التوسع فى التفاصيل، وكذلك فى الخلفيات من خلال الوصلات، أو الاكتفاء بالنص الموجود أمامه، ولا يضغط على الوصلات أو يضغط على عدد محدود منها .
- تسبق الصحف المطبوعة فى توقيت الصدور، حيث بوسع القارئ الأمريكي مثلاً تصفح الصحف اليومية الساعة الثانية عشرة مساءً، فى حين أنها تصل إلى الموزعين الساعة السادسة صباحاً والى صناديق البريد عند الظهر .
- أن هناك مزجا بين التطورات الراهنة فى الحدث (النص المنشور)، وخلفياته (الوصلة).
- تجاوز التغطية الصحفية كل الحدود الزمانية والمكانية .
- وسيلة سهلة ومنخفضة التكاليف، وأكثر اقتصادية من الوسائط الأخرى .
- أن هناك توظيفا للنص المكتوب إلى جانب الصور والرسومات، وكذلك توظيفا لتقنية الوسائط المتعددة (الصوت-الصورة-الحركة).
- تتضمن أشكالاً مختلفة من المعلومات التى لا تظهر فى الصحف المطبوعة مثل البريد الإلكترونى وتليفونات الشخصيات العامة والكتاب والمحررين .

- تربط القارئ بمصادر المعلومات بما فيها الوثائق والخبراء .
- أن القارئ يستطيع العودة إلى أعداد الصحيفة السابقة من خلال خدمة الأرشيف إذا كانت متاحة .
- أن هذه الصحيفة قد تكون متاحة بدون Password ، وقد يكون متاحا أجزاء منها فقط والباقى يحتاج إلى الـ Password.
- أن الصحيفة يتم تحديثها بشكل مستمر .
- لا توجد مشكلة مساحة News hole .
- للقارئ حرية التصفح والاختيار لأى جزء، وتكبيره أو تصغيره، وإمكانية التوسع فى تفاصيله، والتفاعل معه من خلال البريد الإلكتروني، أو التخاطب أو المناقشة.
- أن عملية الاطلاع على الصحيفة الفورية تتضمن: قراءة النص، مساعدة الصور الفوتوغرافية والرسومات، واللقطات المصورة المتحركة(الفيديو)، والاستماع إلى القطع الموسيقية، وبالتالى يمكن القول أنها عملية إبحار Navigating داخل الموقع وليست مجرد قراءة مثلما يحدث للنسخة المطبوعة .
- توظيفها لأدوات البناء الأساسية بشكل كامل، فالنص Text قد يكون ثابتا Static أو متحركا Moving أو وصلة Link قابلة للضغط، وبالنسبة للصور الفوتوغرافية قد تكون مستقلة Independent أو عرضا لشرائح Slides Show أو جاليرى Gallery، أما بالنسبة للرسومات اليدوية Graphics قد تكون ثابتة أو متحركة أو وصلة قابلة للضغط، وبالنسبة للمقطوعات الصوتية Audio قد تكون صوتا مستمر Instant أو Looping تعاد بشكل متكرر، أو Non looping لا تعاد (مرة واحدة)، وبالنسبة للقطات الفيديو فقد تكون تسجليه أو حية، أما لتفاعل المستخدم User Interaction قد تكون من خلال Form Input أماكن يمكن

طلب معلومات منها: نص، صوت، إطارات، قوائم، وقد تكون E-mail input تعطى العنوان البريدي ووسيلة لإرساله، وقد تكون مناقشة Discussion من أشخاص عديدة لأشخاص عديدة، وقد تكون Chat تخاطب دردشة .

وإذا كانت هذه هى بعض السمات التى تتمتع بها الصحف الإلكترونية بصفة عامة، فنجد أن تتوافر بعض السمات والخصائص فى الصحيفة الإلكترونية التى توجه للأطفال أهمها :

- سهولة الاستخدام من حيث الفتح والغلق والانتقال بين صفحة إلى أخرى، ومن موضوع إلى آخر .
- تمتع الصحيفة بواجهات رسومية ملونة وذات جاذبية وزخارف محببة .
- تساعد القارئ على التفكير واتخاذ قرارات معينة .
- تتوجه الصحيفة للطفل بأكثر من لغة وهذا الأمر يساعد القارئ على تعلم لغة أخرى إلى جوار لغته الأصلية .
- الاعتماد على الإيقاع السريع الذى يتناسب مع الحركة الدائبة للأطفال فالحركة تعتبر عنصراً من عناصر الجاذبية والتشويق .
- الاستعانة بالأصوات الإنسانية وأخرى كأصوات الحيوانات والطيور والماء بالإضافة إلى الموسيقى والغناء الأمر الذى يضفى على الصحيفة بهجة وثراء.
- تساعد الصحيفة الإلكترونية القارئ على التدرج فى اكتساب المهارات .
- الصحيفة نافذة للطفل، يطل منها على عالم واسع من العلم والفن والفكر والمعرفة.

- تسهم الصحيفة فى إعداد القارئ إعداداً إيجابيا، وتوقظ فيه مواهبه واستعداداته، وتقوى فيه ميوله وطموحاته وتفتح أبواب التفكير والابتكار والإبداع .
- توفير عنصري الإثارة والتشويق وعنصر التحدي المتدرج أى من السهل إلى الصعب وبخاصة فى برامج الألعاب .
- أن تسهم الصحيفة فى تدريب القراء على الطرق الصحيحة والمنظمة فى التفكير وتحقيق آداب الاستماع والرؤية لديهم .

إن التصور الأكثر موضوعية للصحيفة الإلكترونية لا يعنى مجرد النظر إلى التحول فى الوسيلة الناقلة للمادة الاتصالية، لانه من المفترض أن التغيرات التى تطرأ على الوسيلة ستؤثر على الرسالة Medium is the Message، بل إن هذه التغييرات من المؤكد أنها ستصيب كافة أطراف العملية الاتصالية بل وستخلق مناخا إتصالياً جديدا لا يختلف فى جوانبه الاجتماعية والاقتصادية عن المناخ الذى خلقته ثقافة الصحافة المطبوعة .

الصحيفة الإلكترونية.. السمات الأساسية مقابل الصحيفة الورقية :

بالنظر إلى بيئة العمل والخصائص التى تتمتع بها الصحيفة الإلكترونية يتضح أنها تتفوق على الصحيفة المطبوعة بعديد من المزايا تشكل فى النهاية السمات الأساسية للصحيفة الإلكترونية، فقد نتجت هذه السمات ومن ثم المزايا من خلال طبيعة الأنظمة الرقمية التى تنتج وتقرأ فى ظلها الصحيفة الإلكترونية والتى تختلف تماما عن تلك الأنظمة التى تعمل وتنتج فى ظلها الصحيفة الورقية، ونعرض لتلك المزايا والسمات الأساسية للصحيفة الإلكترونية فى مقابل الصحيفة الورقية على النحو التالى:

- الاستفادة من ثورة المعلومات .

فالصحافة الإلكترونية قد استفادت إلى حد كبير من ثورة المعلومات التى يشهدها العالم الآن، ولقد أتاحت هذه الاستفادة الأنظمة الرقمية التى تعمل فى ظلها الصحافة الإلكترونية والنشر الإلكترونى عموما الأمر الذى أخضع للصحف الإلكترونية عدة تقنيات توفر لها عديد من المزايا لا يمكن بحال من الأحوال أن تتوفر للصحيفة الورقية التقليدية وتجعلها فى الوقت نفيه أكثر استفادة من ثورة المعلومات بمزاياها المتعددة، ومن أهم هذه التقنيات:

١ - تقنية النص الفائق Hyper Text :

حيث تعتمد الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت بصفة عامة على ما يعرف بتقنية النص الفائق الذى يتيح تجربة اتصالية مختلفة، على أساس أن أهم مقومات النص الفائق هو اعتماده على قاعدة معلومات تسمح لقارئ الصحيفة الإلكترونية بالتعمق فى ما وراء النص الأصلي وفقا لنوعية المضمون الذى تركز علية الأمر الذى يسمح للقارئ أن ينتقل من موقع إلى أخر داخل الشبكة ليحيط بمختلف جوانب الموضوع الذى يبحث عنه .

ويعد النص الفائق هو أساس التجول Navigation على أى موقع لصحيفة إلكترونية على شبكة الإنترنت وهو الذى يمكن قراء الصحف الإلكترونية من التجول بين الكلمات أو العناصر المرتبطة بمواقع أو نصوص أخرى تسمى الكلمات النشطة "Hot Words" أو العناصر النشطة "Hot Elements" ، ومن الأمثلة على الكلمات أو العناصر النشطة فى النصوص الصحفية الإلكترونية الكلمات أو العناصر الدالة على الأماكن، وقد تكون كلمات أو عناصر دالة على أسماء بلاد أو مؤسسات حكومية أو منظمات حكومية وغير

ذلك، والكلمات أو العناصر الدالة على أشخاص، كالمسئولين أو الخبراء أو المتخصصين أو أسماء نجوم المجتمع فى المجالات المختلفة والكلمات أو العناصر الدالة على أحداث تاريخية مثل تاريخ الأعياد القومية أو الدينية أو غير ذلك، والكلمات أو العناصر الدالة على مفاهيم مثل الكلمات الدالة على مفاهيم اقتصادية أو سياسية أو تعليمية أو غير ذلك، أو الكلمات أو العناصر الدالة على المعاهدات والاتفاقيات والمواثيق الدولية والقوانين واللوائح المنظمة لعلاقة أطراف معينة بأطراف أخرى وهكذا .

وتقوم فكرة النص الفائق على أن أى معلومة عادة ما تكون بطبيعتها مرتبطة بكم أو نوع أخر من المعلومات فعندما نشرح معلومة جديدة فإننا نربطها بمعلومات مألوفة لدى القارئ والنص الفائق يحاول أن يبلور طريقة الإنسان فى التفكير والتعامل مع أى نص يحمل معلومات عندما يسأل عن بعض الجوانب فيه أو بشأنه، فيؤدى ذلك إلى الدخول فى معلومات جديدة وبعد ذلك قد يعود القارئ ثانية إلى النص الأصلي وقد لا يعود .

بمعنى أنه إذا كان قارئ الصحيفة المطبوعة يتعامل مع نص صحفي مغلق ينتهي تدفق المعلومات بداخلة بمجرد وصول القارئ إلى الكلمة الأخيرة فى الخبر أو الموضوع المنشور بالصحيفة فإن قارئ الصحيفة الإلكترونية يتعامل مع نص مرتبط بمجموعة متنوعة من النصوص الأخرى المتصلة به بشكل أو بأخر والتى تتيح تفاصيل معلوماتية إضافية قد يستخدمها أو لا يستخدمها القارئ ولكنها لابد أن تكون موجودة وقائمة.

٢- تقنية الوسائط الفائق Hyper Media :

وتتيح هذه التقنية المتقدمة للصحف الإلكترونية فرصة تقديم الأخبار والمعلومات بأشكال ووسائل عديدة اكثر من تلك المتاحة للصحيفة الورقية المطبوعة، وتشمل هذه الوسائل النص والصوت والصورة والرسوم الثابتة والمتحركة وأفلام الفيديو واللون

وغيرها، فإذا كان النص الفائق يتيح وسيلة واحدة هى الوسيلة النصية المقروءة، فإن الوسائط الفائقة تتيح أكثر من وسيلة كالوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية والمتحركة، إذن حينما يكون النص فقط هو المتاح للمستخدم يسمى النص الفائق وحينما يتاح للمستخدم عدة أشكال للرسالة الإعلامية تسمى الوسائط الفائقة .

وتتميز الوسائط الفائقة بالتفاعلية Interactivity، وتطلق سمة التفاعلية على الحالة التى يكون فيها للمشاركين فى عملية الاتصال التأثير على أدوار الاخرين وأيضا باستطاعتهم تبادل تلك الأدوار، بمعنى أن التفاعلية تتأتى فى حالة استطاعة الفرد أن يرسل ويستقبل فى الوقت نفسه، الأمر الذى يتاح لقارئ الصحيفة الإلكترونية، حيث يكون له دور إيجابى إذ لابد وأن يبحث عن مفاتيح الكلمات أو العلامات الخاصة بها من خلال حشد المعلومات .

نخلص من ذلك بأن الصحيفة الإلكترونية-بواسطة تقنية الوسائط الفائقة- تمتلك وسائل تعبيرية أكثر من نظيرتها الورقية، فإذا كانت أدوات التعبير فى الصحيفة الورقية المطبوعة تقتصر على أداتين فقط هما: المتن والعناوين والصور الثابتة بما يشمل الصور الفوتوغرافية والرسومات بأنواعها المختلفة، فإن الصحيفة الإلكترونية تعتمد بالإضافة إلى النصوص والصور الثابتة على الصوت والصور المتحركة وعرض الفيديو والموسيقى وغيرها، ومن ثم فقارئ الصحيفة الإلكترونية يتعرض لمعلومات يتم التعبير عنها بوسائط متعددة هى الوسائط السمعية والبصرية والحركية، وبما تمتلكه من مؤثرات وإمكانيات تعبيرية كبيرة، الأمر الذى أعان الصحف كثيرا فى منافستها المحتدمة دوما مع الوسائل السمعية والوسائل السمعبصرية، كما تتيح الصحف الإلكترونية لقارئها أن يختار المواد الصحفية التى تتفق واهتماماته واحتياجاته بدرجة أكبر مما هو متاح فى الصحيفة الورقية المطبوعة .

فالقارئ فى الصحيفة الإلكترونية يتعامل مع النصوص تعاملا هادفا ومقصودا من قبل القارئ بدرجة كبيرة، وذلك لان المفتاح الأساسى لقراء الصحف الإلكترونية هو فهرس كامل وشامل للمادة الصحفية التى تتضمنها الصحيفة، وهو أول ما يواجه القارئ على صفحة الاستقبال عند دخوله إلى موقع صحيفته الإلكترونية، ليكون بذلك لديه الفرصة كاملة فى انتقاء ما يريد مطالعته من موضوعات ، ويتضمن الفهرس مجموعة العناوين الأساسية (عناوين إرشادية مختصرة) التى تصنف مجالات الموضوعات المنشورة بالصحيفة مثل "سياسة، اقتصاد، رياضة، فن، ...وغير ذلك" ويتم التعامل مع هذه العناوين بواسطة النص الفائق من قبل القراء فيكون لديهم الحرية الكاملة فى انتقاء عنوان خاص بمجال معين يفتح على عناوين فرعية، يختار واحدة منها، وكل عنوان فرعى يفتح على مجموعة أخرى من العناوين الأكثر تفصيلا، ليختار منها القارئ ما يريد .

- ادخار الوقت والجهد

تتمتع الصحيفة الإلكترونية بإمكانية ادخارها للوقت والجهد نظرا لقدرتها على التحرير والتوزيع بسرعة فائقة بالإضافة إلى إمكانية قراءتها بمجرد تحريرها على شبكة الإنترنت وطوال الأربع وعشرين ساعة ،فالصحف الإلكترونية عبر الإنترنت تتسم بالعالمية Globalization كما يمكن تصفحها عبر الشاشة فى ثوان معدودة.

فالصحف الإلكترونية تسبق الصحف المطبوعة فى توقيت الصدور،ويرجع ذلك إلى السرعة الفائقة التى تصل بها الصحيفة الإلكترونية إلى قرائها فى جميع أنحاء العالم، وذلك من خلال التوزيع عبر شبكة الإنترنت وهو ما يعرف بالتوزيع اللحظى Instantaneous Delivery فلقد تحررت الصحيفة الإلكترونية من قيود التوزيع

التى تحد من انتشار الصحيفة الورقية وسرعة وصولها للقراء فى الوقت الحقيقى لإنتاج الصحيفة، فبمجرد تحميل Downloading الصحيفة الإلكترونية للمواد المنشورة بها على شبكة الإنترنت يكون قد تم توزيعها إلى جميع أنحاء العالم، ويمكن لأى فرد فى أنحاء العالم فى أي جزء من أجزاء العالم متصل بشبكة الإنترنت، أن يفتح جهازه ويطالع مضامين صحيفته الإلكترونية المفضلة.

فى حين أن الصحيفة المطبوعة تمر فى إنتاجها بمراحل مختلفة بدءا بالحصول على المادة الصحفية، ومرورا بتحريرها و إخراجها والمراحل المتعددة للتجهيزات الفنية والطباعة،وانتهاء بعمليات التوزيع التى تحتاج إلى أسطول من العربيات وجيش من القراء والكبار من اجل توزيع ملايين الإعداد من الصحف الورقية، فضلا عن أن الصحيفة المطبوعة تعتمد على سلسلة من العمليات الإنتاجية المتتالية من:إعداد المادة التحريرية، المراجعة، الإخراج، الطباعة،إلى جانب التوزيع، بحيث إذا تأخرت الصحيفة فى إحدى هذه المراحل تعطل صدور الصحيفة فى موعدها المناسب، فى حين أن الصحيفة الإلكترونية تتحرر تمما من قيود هذه العمليات،وبخاصة عمليات التجهيزات الطباعية وطبع صفحات الصحيفة على آلات الطبع.

- الحالية أو الآنية :

حيث تتسم الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت بالحالية Immediately فالمعلومات التى تقدمها الصحافة المطبوعة تتقادم مع الورق الذى يحملها أو التى تطبع عليه، أما الصحافة الإلكترونية فهى تعتبر وسيلة اتصال متدفقة متحركة لا تعرف موعدا للتوزيع أو للقراءة، فوجود الصحيفة الإلكترونية على الخط Online تسمح بإعادة استخدام المعلومات وتحديثها وتصحيحها واستكمالها إلى ما لا نهاية.

فتتحول بذلك المادة الصحفية الإلكترونية إلى تاريخ متطور،حيث تقوم الصحف الإلكترونية العالمية بتحديث مادتها التحريرية Updating كل عشر دقائق، الأمر الذى يجعل الصحافة الإلكترونية قادرة على أن تقدم للقارئ التغطية الإخبارية اللازمة للأحداث الجارية فور وقوعها، مع تحقيق التغطية التتبعية للأحداث ولا بأول،بما يجعل الصحف الإلكترونية تقف على قدم المساواة مع الراديو والتليفزيون فى التغطية الإخبارية التى تتسم بالحالية أو الآنية للأحداث الجارية .

كما أن الصحيفة بإمكانها أن تلعب دور حلقة الوصل اللحظية أو الو الآنية بين جمهورها عبر حلقات النقاش وغرف المحادثة ومنتديات الحوار وقوائم البريد وغيرها،وتستطيع التحقق من الواقع بشكل فورى عبر تعدد المصادر والإحالات الموجودة على الموقع، وتستطيع القيام بخدمة التحديث الفورى للمعلومات تبعا لتطور الأحداث.

وعلى العكس فى الصحيفة الورقية، حيث يتحدد الأمر بعدد الطبعات الصادرة من العدد نفسه من الصحيفة، وهو لا يتجاوز ثلاث طبعات فى الأغلب الأعم، بعدها تؤجل التغطية التتبعية للأحداث وما يرد إلى الصحيفة من أنباء جديدة، إلى حين صدور العدد التالى من الصحيفة، الأمر الذى يحد بالضرورة من قدرة الصحيفة الورقية على إجراء متابعة الأحداث أول بأول، على غرار ما يحدث فى الصحيفة الإلكترونية ووسائل الإعلام الإلكترونية كالراديو و التليفزيون.

- تلبية احتياجات القراء :

الصحافة الإلكترونية تتيح الفرصة للتعامل مع جمهور اكثر تنوعا واقل تجانسا،وتتيح الفرصة كذلك لتلبية احتياجات متنوعة وغير متجانسة للجمهور، وتمكنها من ذلك

إمكانات النص الفائق والوسائط الفائقة.

فالقارئ يمكنه الإبحار وفقا لقدراته بعمق من خلال الكلمات النشطة بغية الحصول على ما يريد من معلومات تفصيلية أو أرشيفية حول موضوع معين، بينما سيكتفى آخرون من القراء بمطالعة المعلومات السطحية أو الأولية المنشورة بالنص الأصلي من الصحيفة الإلكترونية، بما يجعل الصحافة الإلكترونية تعد بمثابة تقنية تتيح المزج الكامل بين وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية،إلى وكالات الأنباء، كما تتيح الاستفادة فى تغتيتها لأحداث الساعة بالمعلومات والصور الأرشيفية.

فمع الصحافة الإلكترونية لم يعد هناك ما يمنع من استخدام الإنترنت فى تغطية الأحداث الجارية، وربطها بخلفياتها من الموضوعات الموجودة بالأرشيف وبالمواقع الأخرى المرتبطة بالحدث، وهى تعد إمكانيات غير محدودة، فقد اصبح القارئ بإمكانه أن يطلب من جريدته الإلكترونية على شاشة الحاسب، ما لم يمكنه الحصول عليه من صحيفته الورقية أو نشرات الأخبار فى الراديو أو التليفزيون. واصبح بإمكانه التعمق فى الحدث من خلال التعرف على خلفيته التاريخية والجغرافية والاقتصادية والفكرية وغيرها.

- اختلاف عادات القراء:

يتمتع القارئ فى الصحيفة الإلكترونية بقدر غير محدود من الحرية فى التعرض أو قراءة المواد الصحفية المنشورة بها، فإلى جانب فهرسة كل المواد المنشورة، فالموضوع وليست الصفحة هى الوحدة الإخراجية بالصحيفة الإلكترونية لآن تقنية النص الفائق تتيح للقارئ إمكانية القفز من نص إلى آخر بما يجعل القارئ حراً فى اتباع طريقة القراءة الخطية التقليدية أو اتباع طريقة فردية فى قراءة النص وفقا لارغباته ، حيث

أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بما تحمله من مرونة واعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات بإمكانها أن تجعل كل زائر للصحيفة قادر على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذى يريد أن يقراء به الصحيفة فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى وينتقى بعض الخدمات ويلغى الأخرى ويقوم بكب ذلك فى أى وقت يرغبه، وبإمكانه أيضا تعديله وقتما يشاء، وفى كل الأحوال هو يتلقى ويستمع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما تقوم الصحيفة ببثه.

بما لا يمكن معه التنبؤ أو الثقة من أن نشر موضوع أو موضوعات معينة بالصحيفة الإلكترونية وبطريقة معينة يضمن للصحيفة قراءتها أو التعرض لها من قبل القراء بطريقة معينة يقصدها المخرج طبقا لما تقتضيه نتائج الدراسات البصرية لحركة العين على الصفحة أو استخدام عناصر جذب الانتباه وغيرها كما يحدث فى أثناء متابعته لصفحات الصحيفة الورقية، بل الأكثر من ذلك لم يعد المخرج يستطيع التكهن بكيفية مطالعة القراء لصحيفته الإلكترونية فكل قارئ يمكنه بطريقة فردية التعمق فى موضوع معين إلى مدى بعيد قد لا يعود بعده ثانيا إلى النص الأصلي للموضوع وذلك بالنقر على الكلمات أو العناصر النشطة الموجودة فى موضوع ما ثم الإبحار فى نصوص أخرى من خلال قواعد المعلومات المرتبطة بالنص الأصلي المعروض أمامه على شاشة الحاسب .

أما فى الصحيفة الورقية المطبوعة فالوضع يختلف تماما ففى سبيل ضمان تعرض القراء لموضوع معين تنشره الصحيفة المطبوعة فإن المخرج يتعمد استغلال كل ما لديه من وسائل الإبراز المختلفة فى إخراج ذلك الموضوع كأن يضعه فى أعلى الصفحة الأولى مع فرد مساحة كبيرة له على الصفحة أو أن يستخدم معه العناوين العريضة والصور الكبيرة الملونة وغير ذلك من وسائل جذب انتباه القارئ للمواد المنشورة بالصحف المطبوعة، وهكذا يوزع المخرج الصحفى موضوعاته على الصفحات المختلفة للصحيفة

الورقية وعلى الصفحة الواحدة ويتحكم فى وسائل جذب الانتباه إليها بما يضمن لكل منها قدرا من تعرض القراء لها يتفق والأهمية النسبية لكل منها فى ضوء السياسة التحريرية للصحيفة.

- مسار ومنهج عمل الصحيفة.

تتبع الصحافة المطبوعة منهجا فى العمل يقوم على المسار الخطى الذى ينقل القارئ من نقطة إلى أخرى فى مسار مستقيم حتى ينقل المعلومات من المصدر إلى الجمهور كالتالى :

- **المرحلة الأولى:** صحة الأحداث ومصادر المعلومات، وفيها تتم مرحلة جمع المعلومات بواسطة الصحفيين .
- **المرحلة الثانية :** جهة الاتصال، ويقوم بهذه المهمة المحررون وجهاز تحرير الصحيفة ومسئوليها وإدارتها ككل، وفى هذه المرحلة تكون المواد القابلة للطباعة سواء صور أو نصوص مكتوبة هى النمط الوحيد المستخدم .
- **المرحلة الثالثة:** وسيلة وهى صحيفة من الورق مطبوع عليها المحتوى التحريرى الذى حصل عليه جهازها التحريرى .
- **المرحلة الرابعة :** جمهور متلقي عليه أن يقراء فقط، ولا يملك من وسائل الاتصال والتفاعل مع الصحيفة شيئا سوى عينيه، وسطور الخبر المصفوفة على الورق .

هكذا تصنع المراحل السابقة نموذجا خطيا ينتقل من نقطة إلى أخرى فى خط مستقيم من المصدر إلى القارئ، وفى المقابل فإن الصحافة الإلكترونية تتبع مسار لا خطى يتميز بالبساطة والسهولة عن المسار الخطى الذى تتبعه الصحافة المطبوعة، فمسار

اللاخطى الذى تتبعه الصحافة الإلكترونية يتسم بالتنوع والتعقيد ويقوم على تعدد البدائل والخيارات فى كل مرحلة من مراحل ممارسة العمل عبر الصحافة الإلكترونية ككل من أشكال الاتصال كالتالى :

- **المرحلة الأولى:** ساحة الأحداث ومصادر المعلومات: لا يوجد بها صحفيون محترفون فقط، بل تضم هواة ومستقلين وكثيرا ممن لا يمكن الحكم عليهم بأنهم صحفيون من الأصل، كخبراء فى مهنة ما أو نشطاء فى حركة سياسية أو منظمة دولية متخصصة أو مدافعين عن حقوق الإنسان.

- **المرحلة الثانية:** جهة اتصال، لا تقتصر على صحيفة أو مؤسسة صحفية وقنوات تليفزيونية بل يوجد بجانبها منظمات وحركات سياسية وأحزاب ومنظمات دولية ووزارات تابعة لدول وأشخاص مستقلين وهواة وغير ذلك وجهة الاتصال لا تقوم فقط بالتعامل مع نصوص مكتوبة مثلما فى الصحافة المطبوعة بل يتعين عليها القيام بتحرير للمواد المقروءة والمسموعة والمرئية وتحديث قواعد البيانات والبحث عن مراجع ومصادر إضافية للمادة المقدمة ..الخ، وتلقى هذه المهام المتنوعة فى أهدافها وطبائعها بظلالها على البنية الداخلية وعلاقات العمل السائدة داخل الصحيفة أو جهة الاتصال فهى تفرض نوعا جديدا من التفاعل والتداخل الإيجابي بين الصحفيين من جهة والتقنيين ومتخصصى تكنولوجيا المعلومات من جهة أخرى، لانه ليس من السهل ممارسة الصحافة الإلكترونية بدون وجود أخصائيين فى تصميم صفحات الوب وإدارة المواقع وقواعد البيانات وتأمينها وتحديثها وتركيب البرمجيات الخاصة بالتحديث الدورى للمحتوى .

- **المرحلة الثالثة:** وسيلة الاتصال تتغير من نسخة ورقية مطبوعة من الصحيفة، إلى موقع على الإنترنت أو قناة معلومات صحفية تليفزيونية أو محتوى صحيفة يتم بثه بالكامل لاسلكيا على ما يعرف بالكتاب الإلكترونى أو غير ذلك من الأوعية

الرقمية الحاملة للمعلومات، التى يتجدد محتواها كل يوم وفى الوقت نفسه تحتفظ بالمحتوى القديم، عكس الوعاء الورقي فى الصحيفة التقليدية الذى يفقد قيمته كلية تقريبا بالنسبة للقارئ فى نهاية دورة صدوره وظهور العد التالى منه، ووسيلة الاتصال داخل الصحافة الإلكترونية يتعين أن تكون قادرة على تقديم خدمات متنوعة منها: الروابط النشطة وخدمة البريد الإلكترونى والأرشيف الإلكترونى وخبراء جاهزون للرد على الأسئلة من قبل الجمهور، واستقصاءات للرأي ونظم محادثة فورية ومواد مكتوبة ومواد مرئية ومواد مسموعة .

- **المرحلة الرابعة:** الجمهور المتلقي من المنطقي بالطبع أن تصل بنا المراحل الثلاث السابقة لمسار عمل الصحافة الإلكترونية إلى جمهور مختلف كليا عن جمهور الصحافة المطبوعة فالخدمات والمنتجات المتنوعة التى سبق الإشارة إليها تهيئ الفرصة لجمهور مزود بقدر من البدائل والأدوات التى تنقله من جمهور يتلقى بسلبية إلى جمهور يتفاعل بإيجابية ليس مع ما يقدم له فقط، ولكن مع من قدم له الخبر أو صنعه، فبعض المواقع تتيح للجمهور الوصول للكتاب والصحفيين فوريا وبعضها الآخر يتيح للجمهور الاستماع إلى ما يجرى فى صحة الأحداث لحظيا ويظهر هذا بوضوح فى مواقع القنوات الفضائية التى تتيح استقبال البث الحى عبر مواقعها.

خدمات الصحافة الإلكترونية :

تتيح الصحيفة الإلكترونية عددا من الخدمات المتنوعة لجمهورها من خلال تقنية الوسائط المتعددة والفائقة على شبكة الإنترنت، والتى تختلف من صحيفة لأخرى فصفحة الاستقبال للصحيفة تضع عدد من الخدمات والروابط الأساسية، والتى تتمثل فى :

١ - خدمة البحث :

تتيح الصحف الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الإنترنت، حيث يحدد المستخدم مكان البحث داخل الموقع Search the site أو داخل شبكة الوب Search the web وقد يتم البحث بكلمة مفتاحية Keyword أو بتعبير معين، وبمجرد طلب هذه الخدمة يقدم الموقع قائمة بالموضوعات المتصلة بالكلمة التى تم البحث عنها سواء فى أرشيف الصحيفة أو فى مواقع الوب .وفى الغالب فان مواقع الصحف تقدم قائمة بالموضوعات التى نشرت بها خلال الأشهر الستة الأخيرة. وتتفاوت هذه المدة من صحيفة لأخرى فتقدم بعض الصحف الموضوعات المنشورة بها فى أخر أسبوع، ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إذا أراد المستخدم العودة إلى موضوعات أخرى خارج نطاق هذا الأسبوع.

وتفيد هذه الخدمة اكثر ما تفيد الصحفيين والإعلاميين الذين يمكنهم الحصول على كم ضخم من البيانات والمعلومات حول الموضوعات التى يعدونها للنشر فى الصحف أو البرامج التى يعدونها للإذاعة والتليفزيون. وتتفاوت قوة وكفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى، بل وتختفي هذه الخدمة من بعض مواقع الصحف.

٢- خدمة النسخة المطبوعة :

تتضمن هذه الخدمة عددا من الخدمات الفرعية التى تستهدف ربط القارئ بالصحيفة الام (الصحيفة الورقية) وتقديم بعض الخدمات الترويجية لها كتسهيل عملية اشتراك القراء فيها وتقديم الإعلانات لها، وتشمل هذه الخدمة:

- تصفح عدد اليوم Today edition وتقتصر هذه الخدمة على النوع الأول من الصحف الإلكترونية أى الصحف الإلكترونية الكاملة، إذ تقدم هذه الصحف

للمتصفحين خدمة مطالعة النسخة الورقية وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير عما تحويه الصحيفة الإلكترونية، مثل صحيفة يو اس ايه توادى USA Today، تقدم هذه الخدمة تحت عنوان Print edition ضمن ما تقدمه من خدمات مرتبطة بالصحيفة الورقية وتتيح فيها تصفح عدد اليوم وعدد الأمس بالإضافة إلى خدمة الاشتراك فى الصحيفة الورقية والدخول إلى الأرشيف الخاص بها، كما تقدم صحيفة نيويورك تايمز هذه الخدمة تحت عنوان Tex Version أى النسخة النصية، وتعرض فيها موضوعات الصحيفة الورقية وصور الصفحات والأخبار والمقالات والتقارير والصور التى نشرت بهذه النسخة مصنفة حسب الأبواب الرئيسية للصحيفة.

ولا يحتاج النوع الثاني من الصحف الإلكترونية(النسخة الإلكترونية من الصحيفة المطبوعة) إلى تقديم مثل هذه الخدمة لأنها فى الأصل نسخة منها، ويمثل هذا النوع الذى تختفي فيه مطالعة النسخة الورقية غالبية الصحف العربية الإلكترونية مثل الأهرام والخليج والبيان وبعض الصحف الأمريكية مثل نيويورك بوست New York Post، وبوسطن جلوب Boston Globe .

- تصفح عدد الأمس Yesterday Edition: وتتيح هذه الخدمة للمتصفح مطالعة العدد السابق من الصحيفة بطريقة موجزة غاليا، ومن داخل هذه الخدمة يمكن للمستخدم العودة إلى أكثر من عدد سابق من الصحيفة .

٣- الاشتراك فى الصحيفة المطبوعة :

وهى خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية إلى نظيرتها الورقية، تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك فى الصحيفة الورقية من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة، وتشمل هذه المعلومات مثل مدة الاشتراك وتاريخ بدء الاشتراك وأرقام تليفونات المشترك وعنوانه البريدي واسمه الأخير والأول والعنوان

نموذج للخدمة الإشتراك في الصحيفة الورقية كما تقدمها صحيفة USA Today

SUBSCRIPTION TERM:
Subscription Term (select one): ☐
Start Date(if blank, delivery begins ASAP): ☐
SUBSCRIBER INFORMATION:
Home Phone: ☐
Business Phone: ☐
Email Address: ☐
DELIVERY INFORMATION :
First Name : ☐ Last Name: ☐
Company (if Applicable): ☐
Address1: ☐
Address2: ☐
City: ☐
State: ☐ Zip Code: ☐
BILLING IFORMATION:
☐ **Check Here To Use The Delivery Address For Billing**
First Name :☐ Last Name: ☐
Company (if Applicable): ☐
Address1: ☐
Address2: ☐
City: ☐
State: ☐ Zip Code: ☐
PAYMENT INFORMATION:
Credit Card:☐
Credit Card Number: ☐ Exp. Date: ☐
☐
FOR FASTER SERVICE CALL 1-800-USA-0001 AND ASK FOR KEYCIDE 5460

البريدي العادى الذى سيتم إرسال الصحيفة الورقية إليه، وطريقة سداد قيمة الاشتراك باستخدام بطاقات الائتمان مع إدخال رقم البطاقة وتاريخ انتهاء صلاحيتها .

٤ - تسهيل تقديم الإعلانات سواء للموقع أو للصحيفة المطبوعة :

من خلال نشر أسعار الإعلانات فى الصحيفة الورقية وطبيعة الخدمات الإعلانية التى تقدمها بالإضافة إلى سبل الاتصال بقسم الإعلانات ونموذج طلب نشر إعلان بالصحيفة.

٥ - البحث فى الأرشيف Archives :

وتنصب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية فى المقام الأول وهى تختلف بذلك عن خدمة البحث داخل الصحيفة الإلكترونية وفى أرشيفها ، وتتفاوت خدمات الأرشيف التى تقدمها الصحف الإلكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التى يمكن البحث فيها أو من حيث التكلفة المادية للمادة التى يريد المتصفح الحصول عليها .

ولتسهيل البحث فى أرشيف الصحيفة الورقية تقدم الصحيفة الإلكترونية طريقة سهلة للبحث تتيح للمستخدم كتابة الموضوع الذى يبحث فيه وكلماته المفتاحية، مع تحديد الفترة الزمنية التى يريد البحث عن الموضوع خلالها وتشمل الخيارات فى هذه الخدمة: البحث فى كل الإعداد، أو فى أخر ٣٠ يوما، أو أخر ٩٠ يوما، أو العام الأخير من تاريخ محدد إلى تاريخ محدد. كما تعطى الصحيفة للمستخدم إمكانية البحث باسم الكاتب.

ونظرا لأهمية المواد الأرشيفية بالنسبة للصحيفة فإنها تذكر المستخدم بان المقالات التى يطالعها من الأرشيف محمية بقوانين حماية الملكية الفكرية Copyright Laws ولذلك

فان المسموح به هو مطالعة المقالات للاستخدام الشخصى فقط ويمنع إعادة طبعها أو إعادة نشرها بأي طريقة مع ضرورة الحصول على تصريح من الصحيفة فى حالة استخدامها بشكل غير شخصي. كما تذكر الصحيفة المستخدم بان المعلومات الواردة فى المواد الأرشيفية قد تكون غير حديثة كما أن بعضها قد لا يكون دقيقا أو كاملا.

وكذلك تقدم الصحيفة معلومات إضافية عن الأرشيف وروابط لبدء البحث ونصائح للبحث وخدمات القراء التى تتيح توجيه بريد إلكتروني إلى إدارة خدمة العملاء Customer Services بالصحيفة والأسئلة اكثر طرحا "FAQ" من جانب الجمهور مع إجابات المسؤلين بالخدمة عنها وشروط تقديم الخدمة.

٦-خدمة الاتصال :

وتتضمن عدد من الخدمات التى يقدمها الموقع لمستخدميه ومنها :-

- خدمة البريد الإلكترونى E-mail :

وتختلف هذه الخدمة من صحيفة لأخرى، إذ يقتصر الأمر فى الصحف الصغيرة على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل الإلكترونية إلى محررى الصحيفة. أما الصحف الإلكترونية الكبيرة فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقديم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع يمكن المستخدم من إرسال واستقبال الرسائل البريدية على أي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة الويب فى أي وقت، كما تقدم نشرة أخبارية يتم إرسالها يوميا للمستخدم على عنوان بريدية الإلكترونى تتضمن ملخصات الأخبار وخدمات ملخصة أخرى. وتهدف الصحيفة الإلكترونية من وراء ذلل ربط المستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الاستخدام حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإلكترونى من مواقع أخرى.

- خدمة مجموعات الحوار:

وهى خدمة تقدمها الصحيفة للمتصفحين للتعبير عن آرائهم فى القضايا والموضوعات التى يهيمون بها والمستمدة مما تنشره الصحيفة من أخبار وتقارير ومقالات. وتقدم الصحيفة الإلكترونية عددا كبيرا ومتغيرا وبشكل يومى من مجموعات الحوار أو النقاش التى يمكن للمتصفح الدخول إليها وقراءة أراء الآخرين والإدلاء برأيه فى الموضوع المطروح.

- مجموعات الحوار حول موضوعات أخرى :

وهذه المجموعات غير مرتبطة بعدد اليوم وموزعة وفقا للأقسام الرئيسية للصحيفة، مثل: الأخبار، والاقتصاد، والحياة، والتكنولوجيا، والرياضة..وغيرها.

- خدمة رجع الصدى Feed back :

تتيح هذه الخدمة للمستخدم التعليق على ما نشر بالصحيفة إرسال رسائل إلكترونية إلى المحرر يعلق فيها على ما نشر بالصحيفة أو يقدم فيها أقتراحاً أو تصحيحا لما نشر وتتباين مسميات هذه الخدمة فى مواقع الصحف المختلفة مثل Feedback و Send us feedback، كما تتفرع منها خدمات أخرى فى بعض المواقع مثل خدمة التصحيح Correction وبهذه الخدمة تتميز الصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية التى لا تسمح طبيعة إنتاجها والتكنولوجيا المستخدمة فيها بتقديم خدمة رجع الصدى الفوري أو المباشر وهو ما تعانى منه وسائل الإعلام التقليدية خاصة الصحف حيث يتميز رجع الصدى فيها بأنه غير مباشر ومتأخر .

٧- خدمة الإرشاد إلى الموضوعات المهمة .

إن هذه الخدمة تقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التى يمكن أن يطالعها على الفور دون الدخول فى تفاصيل الموقع. وهى خدمة إرشادية فى المقام الأول ترشد القارئ إلى احدث واهم الأخبار.وتختلف مسميات هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى. إذ يطلق عليها البعض «الموضوعات الساخنة» What's Hot، ويطلق عليها البعض الأخر"الأخبار المهمة" Top، بينما يطلق عليها آخرون خدمة أخر الأخبارBreaking News.إلى غير ذلك من الأسماء التى تطلها صحف أخرى على هذه الخدمة.

٨- خدمة خريطة المواقع Site map؛

وتعنى هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم خاصة إذا كان الموقع مزدحما بالتفاصيل والخدمات مثل مواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة.

٩- خدمة الإجابة عن الأسئلة الأكثر طرحاً (FAQ) Frequently asked questions؛

وتتضمن هذه الخدمة إجابات عن الأسئلة التى يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الاستعراض أو المشكلات التى قد يواجهها أثناء استعراض الموقع وتماثل هذه الخدمة خدمة المساعدة Help التى يتم تزويد برامج الكمبيوتر بها .

١٠- خدمة جعل الموقع صفحة بداية للمستخدم Make this site your home page؛

وهى خدمة تستهدف ربط القارئ بموقع الصحيفة ليكون صفحة بداية له عندما يقوم بالاتصال بشبكة الإنترنت .

١١- خدمة الإعلانات المبوبة :

تشمل هذه الخدمة تقديم إعلانات السيارات والمزادات وإعلانات الوظائف الخالية وإعلانات بيع وشراء المنازل والأشياء الأخرى وإعلانات تأجير الشقق وإعلانات المشاركة فى أعمال خاصة وخدمات التسوق، وهذه الخدمة يمكن توظيفها فى صحف القراء الإلكترونية لتقديم إعلانات عن مواعيد الامتحانات وبيع وشراء الكتب الخارجية والألعاب والملابس والأشياء المختلفة بالإضافة إلى خدمة الاشتراك فى النوادي.

١٢- خدمة المعلومات عن الصحيفة :

وتشمل معلومات عامة، وشروط تقديم الخدمات وقواعد الخصوصية وسياسة النشر وكيفية الإعلان فى الموقع بالإضافة إلى كيفية الاشتراك فى الموقع وهى خدمة تختص بتوفير معلومات ديموجرافية عن مستخدمى موقع الصحيفة الإلكترونية يمكن استخدامها فى دراسة جمهور الصحيفة من ناحية وزيادة دخلها الإعلاني من ناحية أخرى وذلك فى حالة ما إذا كانت الصحيفة مجانية.

ويعنى الاشتراك فى هذه الحالة أن يقدم المستخدم بياناته الشخصية مثل الاسم والوظيفة والسن والدولة والمدينة وعنوان بريدية الإلكترونى فى مقابل تقديم الصحيفة بعض الخدمات الخاصة للمستخدم مثل إرسال نشرة أخبارية يومية مختصرة على بريدية الإلكترونى تتضمن الموضوعات التى تهمه، أما فى حال ما إذا كانت الصحيفة الإلكترونية غير متاحة بالمجان فإن الاشتراك فى الموقع يعنى أن يقوم المستخدم بسداد قيمة الاشتراك باستخدام الطاقات الائتمانية للسماح له بالدخول إلى موقع الصحيفة والاستفادة بخدماتها.

١٣- خدمة الوظائف المتاحة فى الصحيفة :

وفيها تقدم الصحيفة الوظائف الخالية المتاحة فيها سواء للصحفيين أو المراسلين أو الفنيين وكيفية التقدم لها وشروط شغلها .

١٤- خدمة الربط بالمواقع الأخرى Related Sites :

وفى هذه الخدمة تقترح الصحيفة على المستخدم عدداً من المواقع التى تراها مهمة من وجهة نظرها وغالبا ما تكون هذه المواقع لها صلة بالصحيفة أو بينها وبين الصحيفة اتفاق يتم بموجبه تبادل اقتراح المواقع على الجمهور .

حاجات الجمهور من الصحف الإلكترونية والاشباعات المتحققة منها :-

ويمكن استعراض الحاجات التى تستطيع الصحف الإلكترونية إشباعها لمستخدميها وهى:

- حاجات معرفية Cognitive needs :-

وهى أكثر الحاجات التى تحققها الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها،حيث إن الصحف الإلكترونية نشأت لتحقق عملية التشارك فى المعلومات بين المؤسسات المختلفة وبين الجمهور، لذا تحرص العديد من الصحف على إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت، يمكن من خلالها إتاحة أحدث ما لديها من معلومات وأخبار من المصادر المختلفة، بالإضافة إلى قواعد البيانات التى تحتوى على معلومات وأخبار عن البيئة والمنتجات والخدمات المختلفة .

وأوضحت دراسة «عربى الطوخى» أن الصحيفة الإلكترونية تستطيع إشباع الحاجات

المعرفية لدى المستخدم والمتمثلة فى زيادة المعلومات والمعارف بنسبة ٣٢٪ وفى إكساب المهارات الاتصالية والفنية المختلفة بنسبة ٢٨٪ والثقة فى النفس بنسبة ١٣,٧٪ وفى توسيع مداركهم بنسبة ٨٪ والحصول على الأخبار بنسبة ٧,٣٪ وزيادة الحصيلة اللغوية بنسبة ٥٪.

وتؤكد «نجوى عبد السلام» على ان إشباع الحاجات المعرفية والمتمثلة فى الحصول على المعلومات تعتبر من أهم الدوافع التى تجعل الشباب يتصلون بالانترنت ويطالعوا الصحف الإلكترونية، سواء كانت هذه المعلومات خاصة بالدراسة ومجال التخصص او لزيادة الثقافة الشخصية.

وكما جاء فى دراسة «مرفت الطرابيشى» الخاصة بالعوامل المؤثرة فى تعرض الشباب المصرى للمواقع الإلكترونية على الإنترنت، حيث أظهرت أن الأسباب الخاصة بالحصول على المعلومات والتثقيف ومراقبة البيئة المحلية والدولية ومعرفة آخر الاكتشافات العلمية من أهم أولويات تعرض الشباب المصرى للصحف الإلكترونية المنشورة على الانترنت بنسبة تصل الى ٣٥,٤٪ مقابل الأسباب الأخرى الخاصة بالتعرض للصحف الإلكترونية المنشورة على الإنترنت.

- **حاجات عاطفية** Affective needs:

وهى الحاجات المرتبطة بالخبرات العاطفية والمتمثلة فى التسلية والترفيهية، فالصحيفة الإلكترونية تضم أكثر من نوع من أنواع النشاط فهى تخصص مواقع بداخلها للموسيقى والفن والمسرح والسينما ومختلف أنواع النشاط الترفيهي، فالمستخدم الذى يسعى لقضاء وقت ممتع سيجد المضمون الترفيهي الذى يبحث عنه بداخل صحيفته، ويحقق مستخدم الصحيفة الإلكترونية الحاجات المعرفية والعاطفية عن طريق عملية التصفح

Browsing داخل الصحيفة التى تتيح اكتشاف معلومات وأخبار جديدة .

وتعد التسلية والترفيه احد الأسباب الرئيسية فى تعرض الشباب المصرى للمواقع الإلكترونية على الإنترنت، ويتضح من ذلك أن المضامين الترفيهية سواء الأخبار الفنية او الرياضية التى تنشر فى الصحف الإلكترونية على الانترنت تحظى باولويات الاهتمام لدى الشباب المصرى الأمر الذى يشير جزئيا الى إقبال الشباب المصرى على المضامين الخفيفة ورواج هذه المضامين لديه .

- **حاجات شخصية** Personal Integrative Needs :

ومن أمثلة الحاجات الشخصية التى تلبيها الصحف الإلكترونية ومستخدميها نذكر: الأبواب الخاصة بالإعلانات المبوبة، والموضوعات التى تساعد الأفراد على زيادة الثقة بأنفسهم، والمواقع التى توجه المستخدم إلى كيفية الحفاظ على صحته وتزيد من ثقافته الصحية.

وأظهرت دراسة «مها لطرابيشي» وجود فروق إحصائية بين مستوى المعرفة الصحية العامة والمتعمقة لكل من الذكور والإناث الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية، كما كشف التحليل الإحصائي أن قيمة الارتباطات بلغت ٠,٦٥، كما بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٣٧ وأن قيمة f المحسوبة ٢٤,٣٥ وقيمة الانحراف المعيارى للذكور ٦٩,٤٧ مقابل ٥٦,١٥ للإناث، الأمر الذى يؤكد زيادة فجوة المعرفة الصحية لدى الإناث مقابل الذكور مما يوضح أن الصحف الإلكترونية تساهم فى زيادة الفجوة المعرفية الصحية لدى الشباب الجامعي، كما كشفت النتائج عن أن الصحف الإلكترونية والورقية تساهم معا فى زيادة المعرفة الصحية، وأن الصحف الإلكترونية فقط تزيد من هذه الفجوة .

- **حاجات اجتماعية** Social Integrative Needs :

فالصحف الإلكترونية تتيح لمستخدميها سهولة الاتصال بالصحيفة وبكتابها ومحرريها للاستفسار أو إعطاء معلومة أو إبداء رأى، بالإضافة إلى الاتصال بأفراد آخرين فى مختلف أنحاء العالم للتشارك فى الرأى حول قضية معينة من خلال البريد الإلكتروني أو من خلال برامج الدردشة بتنظيم من الصحيفة الإلكترونية وتشير النتائج بالنسبة لإشباع الحاجات الاجتماعية إلى أن ٦,٧٪ يتصلون بإحدى المجموعات الإخبارية .

واتفقت دراسة " نجوى عبد السلام" ، و دراسة" عربى الطوخى " أن الصحيفة الإلكترونية تشبع الحاجات الاجتماعية المتمثلة فى إقامة صداقات والتعرف على الآخرين بنسبة ٣٦,٢٪ .

- حاجات هروبية Escaping Needs :

تستطيع الصحف الإلكترونية إشباع هذه الحاجات من خلال تنوع محتوياتها والتى تضم أنواع مختلفة من الألعاب التى تدعو المستخدم ليشارك غيره فيها، كما أنها تقلل التوتر لدى مستخدميها من خلال التصفح لموقع الصحيفة وما تحويه من موسيقى وأفلام ومشاهد حية للأخبار ورسوم متحركة وغيرها من العناصر الجديدة الجذابة.

وتشير نتائج دراسة " عربى الطوخى " إلى أن أهم الاشباعات التى تتحقق للمراهقين من استخدام شبكة الانترنت والصحف الإلكترونية تمثلت فى إشباع الحاجات الهروبية بنسبة تصل الى ٦١،٧٪ للتسلية والترفيه، أما بالنسبة لدراسة "نجوى عبد السلام " فتشير الى ان نسبة ٣٢،٢ ٪ من مستخدمي الصحف الإلكترونية يترددون على مواقع الألعاب لإشباع الحاجات الهروبية.

وذكرت "مرفت الطرابيشى" ان المضامين الترفيهية الاستهلاكية غلبت على نوعية المضامين الأخرى التى يتعرض لها الشباب المصرى الأمر الذى يعطى دلالة على

التوظيف الاستهلاكي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة لدى الشباب المصرى .

وتنقسم الاشباعات إلى نوعين أساسيين هما :

(١) إشباعات المحتوى :

وتنتج من خلال التعرض لمحتوى الصحيفة الإلكترونية كوسيلة من وسائل الاتصال تحمل عديد من مزاياه وتجمع بين غالبية خصائصه وينتج عنها نوعين من الاشباعات :

- إشباعات توجيهية: وتتضمن الحصول على المعلومات والأخبار وتأكيد الذات وهى ترتبط بكثافة التعرض للصحيفة الإلكترونية، والاهتمام والاعتماد على محتواها.

- إشباعات اجتماعية: ويقصد بها الربط بين المعلومات التى يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية وبين ما يحصل عليه من خلال صحيفته الإلكترونية باعتبارها وسيلة تساهم فى تحديد الطريقة التى تعرض بها الرسالة وهو نفس ما ذهب إليه ماكلوهان حينما قال عبارته الشهيرة « الوسيلة هى الرسالة»، لذا فقد اهتم برصد السمات المميزة للصحف الإلكترونية عند مقارنتها بسمات وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية من صحافة مطبوعة وراديو وتليفزيون، والتى تمثلت فى التناقص واللاخطية، وتبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل، والوصول إلى الأخبار المتاحة فى أى مكان فى العالم Global Reach وهى كلها سمات مستمدة من الطبيعة التكنولوجية للوسيلة التى تتح درجة عالية من التفاعلية والتى تعد أهم سمات الصحيفة الإلكترونية .

ويشير إلى وجود نوعين من التفاعلية، الأول يتمثل فى تفاعلية المضمون ويعنى بها القوة التى يمنحها المصدر للمترددين على الصحيفة فى اختيار المضمون الذى يناسبهم، والثانية هى تفاعلية المتلقي وتشير الى المدى الذى يصله الجمهور فى تحاورهم مع بعضهم البعض عبر أجهزة الكمبيوتر من خلال مجموعات النقاش التى تتيحها الصحف الإلكترونية لمستخدميها .

(٢) الاشباعات العملية :

وتنتج من خلال عملية الاتصال والارتباط بالصحيفة الإلكترونية ولا ترتبط بخصائص الرسائل مباشرة، وتنقسم إلى نوعين رئيسيين هما :

- إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات وتنعكس فى برامج التسلية والترفيه والإثارة والتى أصبحت جزء اساسى من مضامين الصحيفة الإلكترونية لا يمكن الاستغناء عنها.
- إشباعات شبه اجتماعية: تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات الصحيفة الإلكترونية وأبطال أخبارها وتزداد هذه الاشباعات بزيادة ضعف علاقات المستخدم الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة .

- تفضيلات الجمهور للصحف الإلكترونية :

ينتبه الجمهور من القراء للصحف الإلكترونية لأنها تشبع لديهم حب الاستطلاع والفضول الإنساني، وأكدت دراسة «عربى الطوخى» إلى تنوع المعلومات التى يفضلها القراء من ١٢-١٥ سنة فى الصحف الإلكترونية، حيث جاءت المعلومات الترفيهية فى

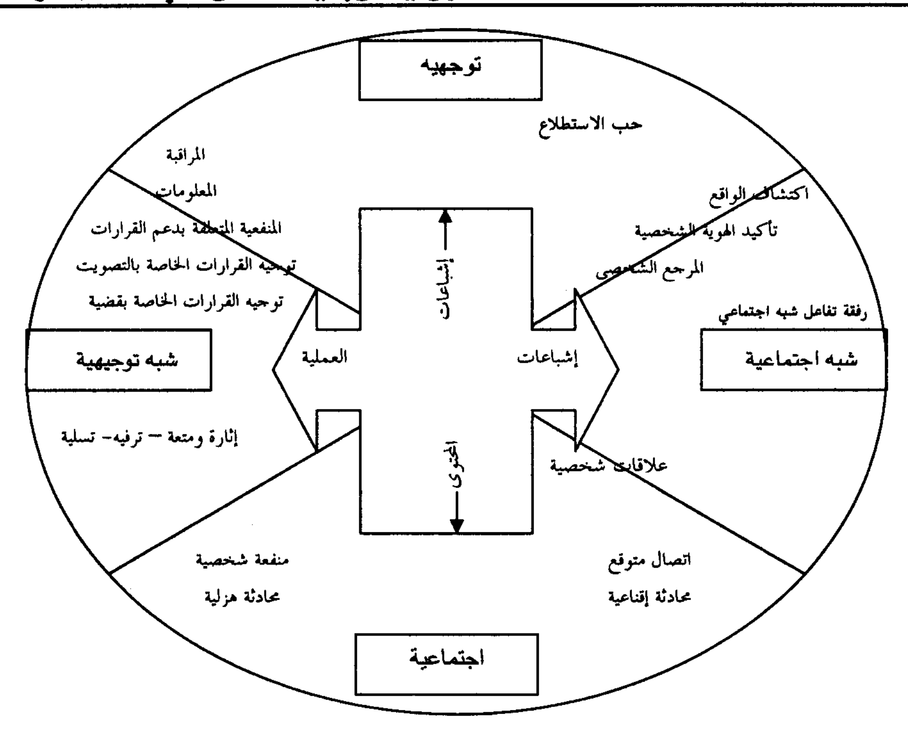
الترتيب الأول بنسبة ٥٨,٣٪ تلالها المعلومات الرياضية بنسبة ٢٩,٧٪ ثم المعلومات الفنية بنسبة ٢٨,٧٪ ثم المعلومات الأدبية بنسبة ٢٧,٣٪ ثم المعلومات الاجتماعية ٢٢,٧٪ ثم المعلومات الدينية ١٢٪ ثم المعلومات التعليمية ٧,٧٪ ثم المعلومات العلمية بنسبة ٥٪ وأخير المعلومات السياسية بنسبة ٤,٣٪ .

وأظهرت دراسة «نوال الصفتى» زيادة درجة الاعتماد على الصحف الإلكترونية فى الحصول على المعلومات السياسية بنسبة ١٣,٨٪ كما كشف التحليل عن ازدياد الاعتماد على الصحف الإلكترونية الأجنبية التى يتزايد توظيفها للخدمات التفاعلية التى تتيحها الإنترنت مقارنة بالصحف الإلكترونية المصرية، كما كشفت الدراسة عن المضامين المفضلة فى الصحف الإلكترونية لدى الشباب الجامعي فى المضامين السياسية والفنية وأخبار الجريمة وأخبار المرأة والمضامين الصحية والعلمية والاجتماعية والجغرافية والأثرية والاقتصادية .

وتوصلت «راجية قنديل» إلى أن إشباعات القراء من الصحف تمثلت فى :

- معرفة الأخبار ومتابعة الأحداث - التشبه بالكبار
- قضاء الوقت والتسلية - اكتساب المعلومات العامة والثقافية .

وتوصل لوراينس Lawerence إلى رسم خريطة للاشباعات الناتجة عن التعرض للمادة الإخبارية، شكل رقم (٢) .



شكل (١) خريطة الاشباعات المتحققة من أخبار الصحف والتى قدمها لورانيس

وتختلف الاشباعات التى يحققها القراء من الصحف الإلكترونية تبعا لاختلاف خصائصهم الديموجرافية والنفسية والهدف الذى يريدون تحقيقه من قراءة الصحف إذ يختلف إشباعات الرجل عن ترتيب إشباعات المرأة نظرا لطبيعتها الأنثوية فبينما يهتم الرجل بتحقيق إشباع مراقبة البيئة أولاً، تهتم المرأة بالنصائح والإرشادات الأسرية وتحقيقات التى تتناول الحياة الأسرية والاجتماعية .

بينما يهتم غير المتعلمين بتحقيق دافع التسلية والإمتاع بالصور، يهتم المتعلمون بتدعيم الآراء ومعرفة خلفيات الأحداث، حيث أن الجمهور يختار قراءة الفن الصحفى الذى يحقق له أشباعاً معينا ويترك الفنون الأخرى لأنها لا تحقق له الإشباع الذى يريده فيختار قراءة الخبر والتقرير الاخبارى لأنهما يحققان له مراقبة البيئة والاطلاع

على أخر الأحداث واستقاء المعلومات ومعرفة خلفية الحدث من التقرير الأخباري أما التحقيق الصحفى فيحقق إشباع التفسير والإلمام بتفاصيل الوقائع والأحداث والتعرف على أبعادها كما أن بعض التحقيقات تحقق للقارئ إشباع التسلية والهروب من مشاكل الحياة اليومية، بينما ترتبط قراءة المقال بإشباع معرفة آراء كبار الكتاب والتى يدعم بها الشخص آراءه واتجاهاته فى المسائل المختلفة.

أما الحديث الصحفى فيشبع لدى القاري الحاجة إلى معرفة الأسرار والاطلاع على أحول الغير بخاصة الشخصيات المشهورة، والاطلاع على الأخبار من مصدرها الحقيقى .

دوافع قراءة الجمهور للصحف الإلكترونية :

إن إشباع حاجات الجمهور من قراءة الصحف الإلكترونية يتوقف على معرفة الدوافع التى تجعلهم يتصلون من خلال شبكة الإنترنت بالصحيفة الإلكترونية، مما يساعدنا على تحديد المضامين التى تشبع رغباتهم واحتياجاتهم النفسية والاجتماعية، من خلال قنوات المعلومات المتوفرة فى الصحف الإلكترونية والتى تتناسب مع المعايير الثقافية والاجتماعية السائدة فى المجتمع .

ويقترح «محمد عبد الحميد» إطاراً عاما للدوافع والحاجات التى يستهدف الفرد تحقيقها من الصحف كما يلي :

١- فئات الدوافع والحاجات التى يعكسها دور وظائف الإعلام بصفة عامة والصحافة بصفة خاصة مثل:

- الإعلام: التعرف على الواقع والأحداث المحيطة بالفرد فى المجتمع، والتى تعكس

مراقبة البيئة.

- الشرح والتفسير: الإلمام بتفاصيل هذه الوقائع والأحداث، والتعرف على أبعادها ودلالتها ومغزاها والعوامل المؤثرة فيها والأفكار والقضايا .
- التوجيه: تكوين الاراء حول الوقائع والأحداث والأفكار والقضايا وأوجه النشاط المختلفة فى المجتمع .
- التعليم والتنشئة الاجتماعية: اكتساب المعلومات والمعارف والمهارات التى يمكن أن تساعد الفرد فى اتخاذ قراراته فى العمل والدراسة أو الأحداث الاجتماعية .
- التسلية : وترتبط بالحاجة إلى قضاء الوقت والترفيه، والهروب من نظام الحياة اليومية .
- الإعلان والتسويق: وتساعد الأفراد على اتخاذ القرارات المرتبطة بتوفير حاجات المعيشة الأساسية والكمالية .

٢- فئات الدوافع الفرعية، المرتبطة بالحاجات الفردية ومنها :

- التقدير وتحقيق الذات : ويرتبط باكتساب المعلومات والمعارف التى تميزه عن الآخرين وتجعله يكتسب إعجابهم وتقديرهم .

- التواصل الاجتماعي : والمشاركة الإيجابية فى اتخاذ القرارات .

- الحاجة إلى الانتماء : فالفرد يسعى إلى اكتساب المعلومات والمعرفة التى تدعم عضويته فى الجامعات الاختيارية، وهذا ينطبق على الجماعات الصغرى والكبرى.

-الحاجة إلى الأمن والاستقرار والبناء: لذلك يسعى الفرد إلى اكتساب المعلومات

والمعرفة التى تجعله على علم بما يجرى حوله من وقائع وأحداث يكون له تأثير مباشر أو غير مباشر .

٣- فئات الدوافع والحاجات التى تستثيرها الصحيفة، وكتابها، ومحتواها، ومفردتها :

- دعم إحساس الفرد بأنه يقرأ صحيفة متميزة فى اختيار محتواها وكتابها والشكل الذى تقدم فيه ومستوى الصدق والموضوعية فى تناول محتواها.
- دعم إحساس الفرد بتطابق اهتماماتها مع اهتماماته واتجاهاته وآراءه .
- دعم العامل الاقتصادي لدى الفرد، بإحساسه بأن نفقات الحصول عليها تقل عن نفقات الصحف المنافسة .
- دعم الإحساس بالرضا عن التيسيرات التى تقدمها الصحيفة فى سياسات التوزيع .
- دعم الإحساس لدى الفرد، بأنها تقدم خدمات إضافية بجانب الخدمات الصحفية لاكتساب الفرد وتأييده لها مثل المسابقات والهدايا والملاحق المجانية .

واستخلص كارلوس Carlos خمسة عشر دافعاً لقراءة الصحف وهى كالتالى:

- الاستمتاع .
- قضاء الوقت .
- الاشتراك فى والسيطرة على البيئة .
- الهروب .
- الصحبة .
- الاثارة .
- الاسترخاء .
- تعلم سلوكيات جديدة .

- التعلم حول الذات والبيئة .
- التوجيه .
- التفاعل الاجتماعي.
- الروابط الاجتماعية .
- الموازنة الاجتماعية.
- العادة .
- التأكيد على الاتجاه .

وميزت ايلن Elen بين أربع فئات من الجمهور بالنسبة لقراء الصحف :

أ- الفئة الأولى : الطلاب الباحثون عن المعلومات العامة، وهؤلاء الطلاب تستهويهم الصحف التى تعالج الموضوعات الجادة ويفضلون أن تغطى الصحيفة مجالات كبيرة من الموضوعات ولديهم استعداد بتقبل فكرة إلغاء الموضوعات الهزلية فى مقابل موضوعات أكثر جدية .

ب- الفئة الثانية : الطلاب الباحثون عن المعلومات الاستهلاكية، وهى المعلومات ذات الفائدة فى ترشيد الاستهلاك لتحقيق أعلى مصلحة مادية وتقليل النفقات .

جـ- الفئة الثالثة : الطلاب الباحثون عن المتعة والإثارة، وهم أكثر قراءة للموضوعات التى تتعلق بالشخصيات المشهورة ويتمنون من الصحف أن تحقق لهم التسلية، ويفضلون قراءة القصص الشقية والمكتوبة بطريقة جيدة عن حياة المشاهير .

د – الفئة الرابعة : الطلاب الباحثون عن الرأي، وهؤلاء يفضلون قراءة الصحف التى تحتوى على مقالات الرأي وتعد صفحة الاستقبال مثار بهجة دائم بالنسبة لهم .

وبوجه عام يمكن تقسيم دوافع التعرض للصحف الإلكترونية إلى فئتين رئيسيتين هما:

(١) **دوافع منفعية:** ونعنى بها التعرض للصحف الإلكترونية بهدف إشباع الحاجات من المعلومات والمعرفة لتحقيق منفعة شخصية.

(٢) **دوافع طقوسية:** ونعنى بها التعرض للصحف الإلكترونية بهدف تمضية الوقت والترفيه والتسلية والاسترخاء.

وتشير نتائج دراسة «عربى الطوخى» إلى تنوع دوافع استخدام القراء للصحف الإلكترونية ما بين الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية، حيث وصلت نسبة القراء أفراد العينة ممن يستخدمون الصحف الإلكترونية بدوافع طقوسية (المتمثلة فى الحصول على التسلية والترفيه) إلى ٤١,٧٪، يليها من يستخدموها بهدف مراسلة الأصدقاء بنسبة ٢٠,٣٪، ثم بدوافع نفعية (المتمثلة فى سرعة الحصول على المعلومات) بنسبة ١٥٪، ثم بدافع التعرف على أصدقاء جدد بنسبة ١٣٪ كدافع طقوسى، ثم بدافع اكتساب خبرات اتصالية حديثة بنسبة ١١,٧٪، ثم بدافع تبادل المعلومات مع الآخرين بنسبة ١٠,٣٪، وللتعليم وللتثقيف بنسبة ١٠٪ ، والحصول على الأخبار المختلفة بنسبة ٨٪ كدافع نفعى، وبدافع شغل وقت الفراغ بنسبة٧,٣٪ كدافع طقوسى، واخيرا لتنمية اللغة بنسبة ٥٪ كدافع نفعى.

وتوصلت دراسة «مرفت الطرابيشي» إلى أن الدوافع الشخصية لعبت دورا مهما فى التأثير على أسباب تعرض الشباب المصرى للمواقع المنشورة عبر الإنترنت وتمثلت هذه الدوافع فى الشعور بالتميز عن الآخرين،ولضروريات العمل ، بالإضافة إلى متابعة الأنشطة التجارية والاقتصادية وشركات الكمبيوتر بنسبة ٢٤,٩٪ من أسباب التعرض للصحف الإلكترونية. كما جاء الدافع الخاص بتكنولوجيا الوسيلة نفسها بنسبة ٢٠,٢٪ كأحد أسباب تعرض الشباب المصرى للصحف الإلكترونية، حيث أكد القراء إن سرعة استدعاء المعلومات المختلفة بالصحف الإلكترونية وإرسال الرسائل بصورة فورية على

البريد الإلكترونى للصحيفة الإلكترونية أحد العوامل المؤثرة فى تعرضهم للصحف الإلكترونية على الإنترنت .

وتؤكد دراسة «نجوى عبد السلام» على تنوع دوافع استخدام الشباب للصحف الإلكترونية فقد تبين إن استخدام الشباب للصحف الإلكترونية بدافع الحصول على المعلومات كان بنسبة ٧٢,٥٪، يليها من يستخدمونها بدافع التسلية والترفيه بنسبة ٤٧٪ ثم بدافع إقامة الصدقات ٤٢,٣٪ وبدافع الفضول وحب الاطلاع على المستجدات العالمية ٢٥,٥٪ وبدافع شغل وقت الفراغ بنسبة ٦٪ وبدافع تجربة كل جديد فى مجال الاتصال بنسبة ٤,٥٪ .

وتمثلت دوافع استخدم الشباب للبريد الإلكتروني الذى يعد أحد أبرز استخدامات الإنترنت فى دافع إقامة الصدقات بنسبة ٤٥٪ وبدافع الاستعلام بنسبة ٢٢,٨٪ ولدوافع علمية وتعليمية بنسبة ١٨,٨٪ ولدوافع مرتبطة بالعمل التجاري بنسبة ١٨,١٪ .

وتوصلت دراسة «وليد وادى النيل» إلى أهم دوافع الجمهور من قراءة الصحف هى:

أ- معرفة أخبار العالم.

ب- تكوين الآراء بشأن الموضوعات المثارة .

ج- زيادة المعلومات العامة.

د- التسلية وشغل وقت الفراغ .

هـ- مشاركة الزملاء فى الحديث.

و- التعرف على أخبار مصر .

قراءة الصحف الإلكترونية :

قراءة الصحف عملية اتصالية يقوم من خلالها الكاتب بتوصيل أفكاره عن طريق الرموز المكتوبة أو المصورة، ويتم تفسير هذه الرموز وفهمها فى ضوء خبرات القارئ، حيث تتمثل عملية قراءة النص الصحفى بالعديد من العوامل التى تجعل الفرد يدرك أو لا يدرك الرموز اللغوية التى يستهدفها الكاتب، فهى عملية مقصودة من قبل القارئ تتسم بعدد من الخصائص وهى :

- الانتقاء.
- التعرض.
- الاهتمام.
- الإدراك.

ولقد ساهمت الصحافة الإلكترونية فى تغيير مفهوم عملية الاتصال عن ذى قبل وأصبحت هناك عديد من المجالات الفكرية والفلسفية حول طبيعة الاتصال عبر الإنترنت كوسيلة جديدة تحمل مضمون الصحيفة الإلكترونية، باستخدام أحدث الأساليب فى تنظيم ونشر المعلومات فى مجال فضائى بإمكانيات وأفاق لا نهاية لها فى عرض المعلومات والاستفادة منها .

والقراء يفضلون قراءة الأخبار والتحقيقات والكاريكاتير والرسوم والصور المتحركة بالإضافة إلى إقبالهم على المواقع الفنية والرياضية ومواقع أفلام الكارتون والمواقع الدينية والأدبية والتعليمية والعلمية والاجتماعية والأخبارية مما يجعل بيئة عمل الصحيفة الإلكترونية كوسيلة جديدة تجمع ما بين مميزات كل هذه المواقع بيئة مناسبة لميول وتفضيلات القراء فى المرحلة العمرية من ١٢-١٥ سنة .

ويمكن تقسيم الجمهور إلى أربعة أنواع لكل منهم تفضيل معين إلى :

١) كثيفوا القراءة : وهؤلاء غالبا من الذكور ويفضلوا كلا من الأخبار الخفيفة والجادة على السوء يحرصون على قراءة صفحة الاستقبال وأعمدة الكتاب وبعض الموضوعات الداخلية .

٢) يقرءون الصحف بشكل غير منتظم : وهؤلاء يفضلون قراءة الأخبار الخفيفة والإعلانات ولا يقرءون الأعمدة الصحفية ويفضلوا الأخبار الفنية والرياضية والأخبار الحية المصورة .

٣) يتصفحون موقع الصحيفة بشكل سريع: وهؤلاء يفضلون صفحات الهزليات والفضائح إلى جانب الأخبار الخفيفة والموضوعات المصورة والموسيقى والرسوم المتحركة والأفلام .

٤) متبلدون فى علاقتهم بالصحف وغير متابعين لها: وهؤلاء لا يقرءون سوى الهزليات ومواقع التسلية.

- العلاقة بين الخصائص الديموجرافية وقراءة الصحف الإلكترونية :

ونقتصر فيما يلى على بعض الخصائص الديموجرافية مثل العمر، والنوع، ومستوى التعليم، والدخل وعلاقتها بقراءة الصحف الإلكترونية :

١- **النوع :** فى عديد من الدراسات لا توجد اختلافات بسبب النوع، ففى دراسة «نجوى عبد السلام» تشير إلى أن النوع كان متغير غير مؤثر على استخدام الشباب للإنترنت فى قراءة الصحف الإلكترونية .

واتفقت دراسة «نوال الصفتى» ، «مرفت الطرابيشي» كذلك مع دراسة «نجوى عبد

السلام» فى أنه لا يوجد تأثير للنوع على قراءة الصحف الإلكترونية، بينما وجد «عربى الطوخى» أن الذكور أكثر استخداما لشبكة الإنترنت عموما من الإناث وفى قراءة الصحف الإلكترونية خصوصا إذا بلغت نسبتهم ٤٤,٧٪ فى مقابل ٣١,٣٪ للإناث ويرجع ارتفاع استخدام الجمهور لمواقع شبكة الإنترنت إلى الخدمة التى قدمتها الشركة المصرية للاتصالات مما أدى إلى انتشاره فى الأونة الخيرة بشكل ملحوظ رغم قصر الفترة الزمنية لدخول الإنترنت إلى مصر .

٢- **السن :** النتائج بالنسبة لتأثير العمر فى قراءة الصحف متناقضة فبعض الباحثين وجد أن القراءة تتزايد مع العمر وآخرون وجدوا أن العلاقة يحددها منحنى السن والميل للقراءة فالكبار جدا والصغار جدا يميلون إلى أن يكونوا غير قراء .

وتشير نتائج دراسة «نجوى عبد السلام» إلى وجود علاقة بين السن واستخدام الإنترنت حيث أن السن أحد المتغيرات الهامة ذات العلاقة بدوافع ومشكلات استخدام الشباب المصرى لشبكة الإنترنت وكذلك فى قراءة الصحف الإلكترونية ، أما دراسة «عربى الطوخى» أظهرت نتائجها ارتفاع نسبة من يستخدموا شبكة الإنترنت من الجمهور فى المرحلة العمرية ١٢-١٥ بشكل دائم إذا بلغت نسبتهم ٣٨٪ ولقراءة الصحف الإلكترونية بنسبة ١٢٪ للذكور مقابل ١٣,٣٪ للإناث .

٣- **مستوى التعليم :** وهو متغير يمكن من خلاله التنبؤ بقراءة الصحف ويمكن تفسير ذلك فى إطار أن الشباب حينما ينهى مرحلة التعليم ويدخل مجال العمل يتسم سلوكه الاتصالى بالجدية واستخدامه للإنترنت يكون بدافع البحث عن المعلومات والاطلاع على المستجدات فى العالم أكثر مما يستخدمها فى مجال الترفيه وإقامة الصدقات وتوضح ذلك دراسة «نجوى عبد السلام» والتى تؤكد وجود علاقة معنوية بين مستوى التعليم واستخدام الإنترنت بدافع التسلية والترفيه، فتشير إلى أنه كلما زاد

المستوى التعليمي للفرد قل استخدامه للإنترنت من أجل التسلية وتبين أيضا وجود علاقة معنوية ذات دلالة بين مستوى التعليم واستخدام الإنترنت بدافع تكوين الصدقات.

٤- الدخل (المستوى الاقتصادي) : توصلت عديد من الدراسات إلى أن أصحاب الدخول العليا يقرءون الصحف أكثر من غيرهم دائما .

ومن الدراسات العربية التى أوضحت تأثير الخصائص الديموجرافية على قراءة الصحف ما يلى :

١- دراسة أمل دراز : والتى توصلت إلى أن هناك علاقة طردية بين قراءة الصحف والمتغيرات الآتية:

أ- التعليم: هناك علاقة طردية بين ارتفاع مستوى التعليم وازدياد الإقبال على قراءة الصحف.

ب- النوع: أوضحت الدراسة أن إقبال الذكور على قراءة الصحف بشكل منتظم مقارنه بالإناث.

ج- المهنة: تؤثر مهنة المبحوث على مدى إقباله على قراءة الصحف حيث أوضحت الدراسة أن أصحاب المهن العلمية والفنية والقائمين بالأعمال الكتابية والطلاب هم أكثر الفئات إقبالا على قراءة الصحف بشكل منتظم من غيرهم.

د- المستوى الاقتصادى: يؤثر المستوى الاقتصادى على درجة الإقبال على الصحف حيث تتركز القراءة المنتظمة للصحف فى الدراسة بين مفردات العينة فى أصحاب المستويات المعيشية المتوسطة والمرتفعة .

٢- **دراسة راجية قنديل:** التى توصلت إلى وجود علاقة أرتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض القارئ المصرى للمجلات العامة وكلا من المتغيرات التالية :

- النوع : لصالح البنين من القراء .
- المرحلة العمرية: لصالح من تتراوح أعمارهم بين الحادية عشر والخامسة عشر .
- نوع التعليم: لصالح تلاميذ التعليم الحكومي .
- المنطقة السكنية: لصالح القراء من سكان الأحياء المتوسطة والراقية .
- عمل الأب: لصالح الأباء من المهنيين والموظفين .
- حجم الأسرة : لصالح أبناء الأسرة متوسطة الحجم .
- عمل الأم : لصالح أبناء ربات البيوت .

٣- **دراسة عبد الصبور فاضل:** الذى توصل إلى أن الحاصلين على مؤهل جامعى وفوق الجامعى يمثلون الجمهور الأساسى للصحف الدينية بحكم تلائم مستواهم الثقافى مع الخطاب الإعلامي لتلك الصحف، فى الوقت الذى ترتفع فيه نسبة قراءة الصحف الدينية لدى من ينتمون إلى التعليم العام، بينما تنخفض هذه النسبة لدى من ينتمون إلى التعليم الأزهري، كما يمثل الذين ينتمون إلى الكليات النظرية غالبية قراء هذه الصحف، بينما تنخفض نسبة الذين ينتمون إلى الكليات العملية .

٤- **دراسة محمود عبد الرؤف:** والذى توصل إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين قراءة الصحف الصادرة باللغة الإنجليزية فى مصر والخصائص الديموجرافية ماعدا النوع.

توصلت دراسة «أسامة عبد الرحيم» إلى أن أسباب عدم قراءة الصحف لدى الجمهور

ترجع إلى أحد العوامل التالية:

- عدم وجود الوقت الكافى.
- تفضيل وسيلة أخرى.
- قلة الاهتمام.
- التكلفة العالية.
- عدم الرغبة فى القراءة.
- محتوى الصحيفة.

بالإضافة إلى ما توصلت إلية دراسة «نجوى عبد السلام» من الأسباب الخاصة باستخدام شبكة الإنترنت فى الوصول إلى الصحيفة الإلكترونية والمتمثلة فى:

- صعوبة الوصول إلى الصحيفة فى حالة عدم معرفة اسم الموقع الخاص بالصحيفة الإلكترونية.
- الانقطاع المفاجأ للاتصال التليفونى بالشبكة، مما يستهلك الوقت دون فائدة خاصة وان إعادة الاتصال تتطلب إعادة المرور بكل الخطوات السابقة للوصول مرة أخرى إلى موقع الصحيفة.
- الجهل بطرق وأساليب التعامل مع شبكة الإنترنت.
- الانشغال المستمر للخطوط التليفونية، وبالتالى صعوبة الاتصال بالشبكة، ومن ثم الاضطرار إلى استخدام الإنترنت ليلا لصعوبة الاتصال أثناء النهار مما يجعل القارئ غير متابع لأخبار الصحيفة وقت تحميلها.
- ارتفاع تكلفة الاتصال مضافة على قيمة الاشتراك فى خدمات الصحيفة.

- شغل خط التليفون المستخدم لفترات طويلة فى عملية الاتصال بالشبكة.
- الإرهاق البصرى من كثرة الجلوس أمام شاشة الكمبيوتر.
- بط عملية الدخول إلى مواقع بعض الصحف.
- زيادة الوقت المستغرق فى تحميل الصحيفة على جهاز المستخدم نظرا لتكدسها بالصور والرسوم الثابتة والمتحركة.

الشروط الواجب مراعاتها فى الصحف الإلكترونية :

تقف مجموعة من المبادئ أمام كاتب الصحيفة الإلكترونية عند إعداده للمضامين المقدمة للجمهور، على مختلف مستوياتهم الاجتماعية، والفكرية، و العمرية، ومع هذا التباين، اجمع الباحثون على عدد منها، يصلح بان يخاطب بها المستخدم، وهى :

- أن تتناسب مع مراحل نمو الجمهور، وخصائصهم، وقدراتهم العقلية، وميولهم ناحية الأشياء.
- أن تتضمن ما يزيد من خبرات ومدارك الجمهور وتجاربهم وإشباع حبهم إلى المعرفة والإجابة عن تساؤلاتهم مهما كانت صعبة ومعقدة.
- أن تفتح أبواب الثقافة أمام الجمهور، عن طريق الأخبار والقصص التى تصور التجارب المألوفة لهم وتحمل قيما لا تتعارض مع قيم المجتمع السائدة.
- أن تتضمن ما يستدعى الاحتفاظ بمضمون الصحيفة الإلكترونية على جهاز المستخدم، للرجوع إليها عند الحاجة من وقت إلى الأخر.
- أن تتضمن ما يعمل على تعريف المستخدم بنواحى الحياة المختلفة بما فى ذلك مفاهيم مبسطة لمختلف العلوم.

- أن تقدم احتياجات المستخدم الحقيقية، وان تتجنب أسلوب الوعظ والإرشاد، والتلقين الذى يقتل الإبداع والفكر.
- ألا تضحى بالاعتبارات التربوية والثقافية فى سبيل البحث عن مزيد من القراء للصحيفة.
- إن تقدم المواد المترجمة بعناية ودقة، حتى لا يشتت فكر المستخدم بين القيم الموجودة فى المجتمع والقيم الوافدة إليه، بالإضافة إلى وجودها بلغتها الأصلية للارتقاء بالمستوى اللغوى للقراء.
- ألا تحتوى على قصص، أو صور، أو مشاهد حية، أو تقارير، أو فقرات، أو تعليقات تتضمن الإشادة بأعمال اللصوصية، والخائنين للأوطان وللأصدقاء.
- ألا تحتوى إعلان أو دعاية مصورة أو مكتوبة تفسد أخلاقيات الجمهور، وتمدهم بما يدفعهم إلى الانحراف.
- ألا تستخدم فى الدعاية للمسؤولين عن نشرها، أو المؤسسة التى تصدرها إلا في حدود.
- ينبغى إن يراعى فى الموضوعات المقدمة فى الصحف الإلكترونية وجود بعض الاعتبارات العامة، حتى يتحقق لها الجاذبية والتشويق، والتى أهمها :
  - اختيار الفكرة الجيدة التى تستطيع جذب الجمهور، وتدفعهم إلى المتابعة الجيدة لها.
  - تحديد النقاط الأساسية التى سيتناولها الموضوع على إن تكون نقطا قليلة ومركزة، وقابلة للتنفيذ.
  - تحديد الجمهور المستهدف من الموضوع، وان يحقق النص المنشور الهدف من نشره وكتابته.

- تحديد الأسلوب المناسب فى مخاطبة الجمهور بحيث يكون الأسلوب سهلا، ويحمل معانى الإقناع والوضوح.
- تحديد الشكل العام للموضوع، والتوجه الذى يهدف إليه.
- التنفيذ الجيد للفكرة وعدم الإخلال بالخطة المبدئية التى قام عليها العمل، وتمت مراحله السابقة.
- صياغة مقدمة، وخاتمة الموضوع بعناية بحيث لا تخرج عن الإطار المحدد لها مسبقا وان تتفق الخاتمة مع المقدمات فى المبادئ والأهداف.
- تزويد النصوص بالوسائط المتعددة المناسبة فى الأماكن التى تتطلب وجودها.

الشروط الواجب توافرها فى المعلومات المقدمة فى الصحف الإلكترونية:

- أن تتناسب المعلومات مع مستوى نمو المستخدم، ويمكن تحقيق ذلك من خلال تبسيط المعلومات المقدمة لتناسب نموه وميوله القرائية فى هذه المرحلة.
- أن تهتم الصحيفة بتقديم معلومات جديدة غير مكررة حتى لا يشعر المستخدم بالملل لان المستخدم يسعى إلى المعلومات الجديدة ويحرص على قراءتها.
- تنمية الفضول الفكرى وحب الاستطلاع لدى الجمهور، وتنمية قدرة المستخدم على إدراك المشكلات واكتشافها وليس مجرد معرفة حلولها.
- استخدام الصورة التوضيحية الشارحة والرسوم التى توضح وتشرح مضمون المعلومة.
- أن تناسب لغة المعلومة التى تقدم مستوى ثقافة المستخدم بحيث تكون واضحة ومباشرة.

- أن تقدم المعلومة بطريقة مبسطة دون تعقيد حتى لا يحدث لبس أو سوء فهم لها.
- أن تقدم المعلومة فى إطار من التشويق والمتعة حتى تشجع المستخدم على قرأتها والاستفادة منها.
- عندما تتضمن المعلومة إجراء تجربة،أو طريقة صنع أحد الأشياء يجب أن تعرض فى مشاهد حية بالصوت والصورة لتوضيح الأدوات المستخدمة وكيفية الحصول عليها مع تقديم شرح واضح لها حتى يمكن تنفذها بسهولة.

الفصل الثاني

تحرير الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت

- أنواع الصحف الإلكترونية
- أسس تصميم الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت
- مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت
- تحرير الصحف الإلكترونية
- العلاقة بين الأشكال الصحفية والمضمون في الصحف الإلكترونية
- سمات الفنون التحريرية للصحيفة الإلكترونية
  - الخبر الصحفي
  - التقرير الصحفي
  - التحقيق الصحفي
  - المقال الصحفي
  - الكاريكاتير الصحفي
  - القصة الصحفي



تحرير الصحف الإلكترونية علي شبكة الإنترنت

تختلف طبيعة تحرير الصحف الإلكترونية علي شبكة الإنترنت عن نظيرتها الورقية من حيث الشكل والمحتوي وطريقة العرض وأسلوب تناول الموضوعات ولكي نتناول أسلوب تحرير الصحف الإلكترونية يجب التعرف علي أنواع الصحف الإلكترونية علي شبكة الإنترنت وأسس تصميم الصحف الإلكترونية، ومبادئ تصميم الصحف الإلكترونية و السمات الواجب توافرها في الفنون التحريرية في الصحيفة الإلكترونية علي شبكة الإنترنت .

أنواع الصحف الإلكترونية :

تنقسم الصحف الإلكترونية علي شبكة الإنترنت إلي نوعين رئيسين هما :-

١- الصحف الإلكترونية الكاملة :

وهي صحف قائمة بذاتها وان كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم)، ويتميز هذا النوع من الصحف الإلكترونية بما يلي :

-تقديم نفس الخدمات الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحاديث وصور ...الخ .

-تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها وتتيحها الطبيعة الخاصة لشبكة الإنترنت وتكنولوجيا النص الفائق Hypertext مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الإنترنت كلها

وخدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري و الوصول إلي الأرشيف ... وغيرها .

-تقديم خدمات الوسائط المتعددة Multimedia النصية والصوتية والمصورة.

٢- النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية :

ويقصد بها مواقع الصحف الورقية علي الإنترنت والتي تقتصر خدماتها علي تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات لها والربط بالمواقع الأخرى .

وتقسم كلا من ليلي عبد المجيد، ومحمود علم الدين وروبرت .Robert الأشكال التي تتخذها الصحف الإلكترونية إلي :-

- صحف إلكترونية بحتة (ليس لها نسخة مطبوعة) .
- نفس نسخة الجريدة المطبوعة الورقية .
- موجز بأهم محتويات الصحيفة المطبوعة .
- طبعات سابقة من الجريدة .
- أرشيف لقصص أخبارية .
- منابر ومساحات للرأي .
- خدمات مرجعية واتصالات مجتمعية .

ويري هشام جعفر ، و جمال محمد غيطاس أن أنواع الصحف الإلكترونية تتمثل في :-

١- صحف ورقية لها امتداد علي الإنترنت ومن أمثلتها :-

جدول (٢) صحف ورقية لها امتداد علي شبكة الإنترنت

الصحيفة	العنوان	التوصيف
أخبار اليوم	http://www.akhbareiyom.org.eg	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لمؤسسة أخبار اليوم ويحتوي علي الإصدارات المختلفة التي تصدرها المؤسسة ومنها: جريدة أخبار اليوم، وجريدة الأخبار ومجلة أخبار السيارات، وأخبار الحوادث، وأخبار الأدب، وأخبار النجوم، بلبل
الجمهورية	http://www.aigomh uria.net.eg	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لدار التحرير للطباعة والنشر الموقع يضم النسخ الإلكترونية من إصدارات المؤسسة المختلفة ومنها: جريدة الجمهورية، والمساء، وحريتي، وعقيدتي،والكورة، وشاشتي، والعلم.
الأهرام	http://www.ahram.org.eg	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لمؤسسة الأهرام يضم نسخ إلكترونية من إصدارات المؤسسة ومنها: جريدة الأهرام، الأهرام العربي، والشباب، والأهرام المسائي، والأهرام الاقتصادي، وعلاء الدين، ولغة العصر، والأهرام أبدو، والأهرام ويكلي.
الأسبوع	http://www.a iosboa co.uk	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لجريدة الأسبوع وهي جريدة مصرية تصدر من القاهرة الموقع يعرض لموضوعات الجريدة المختلفة.

الاهالي	http://www.alhali.com	موقع إعلامي باللغة العربية يضم جريدة الاهالي وهي جريدة حزب التجمع التقدمي الوحدوي الاشتراكي في مصر.والجريدة تضم مجموعة متنوعة من الأبواب الإخبارية، والتقارير، والأبواب الرياضية وغيرها.
القاهرة	http://www.alkaheranews./gov.eg	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لجريدة القاهرة التي تصدر عن وزارة الثقافة.
أفاق عربية	http://www.afaqarabia.com	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لجريدة أفاق عربية.
الوفد	http://www.alwafd.org/front/index.php.	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لجريدة الوفد التابعة لحزب الوفد المصري.

٢- صحف إلكترونية ليس لها اصل ورقي .

جدول (٣) صحف إلكترونية ليس لها أصل ورقي

الصحيفة	العنوان	التوصيف
شباب مصر	http://www.shbabmisr.com	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لجريدة شباب مصر وهي جريدة إلكترونية يومية .
الميثاق العربي	http://www.lmethaqlar/aby.net	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لجريدة الميثاق العربي وهي صحيفة إلكترونية أسبوعية .
مصراوي	http://www.masrawy.com	
جود نيوز فور مي	http://www.gn4me.com/gn4me/index.isp	موقع إعلامي خدمي باللغة العربية يعمل من خلال محاور خمسة رئيسية : - جود نيوز فور فايننشال . - جود نيوز فور للخدمة اللحظية للاخبار والمال . - جود نيوز فور ميديا . -جود نيوز فور تكنولوجي . - جود نيوز للراديو والتليفزيون .

محيط	http://arab./moheet.com	موقع إعلامي باللغة العربية تابع للمجموعة المتحدة للبرمجيات يضم مجموعة من الأقسام المتنوعة منها: حوارات محيط-اقتصاد وأعمال-محيط الرياضي-محيط المرأة-عالم السيارات-وظائف خالية-عربي وعالمي - محيط الثقافي-محيط الفني - كمبيوتر واتصالات-علوم وتكنولوجيا-عالم الكتاب-سياحة وسفر-تعليم وجامعات-الناس والمجتمع.والدينية والأدبية والفنية والاجتماعية والتاريخية .
هاريدي	http://www./haridy.com	موقع ترفيهي تعليمي يضم ساحة للحوار وأخري للدردشة كما يحتوي الموقع علي مجموعة من دروس الشيخ عمر خالد والشيخ وجدي غنيم كما أن الموقع يقدم بريدا مجانيا سعتة ١٥ميجا .

٣- صحف إلكترونية فقدت رخصة إصدارها ورقيا .

جدول (٤) صحف إلكترونية توقف إصدارها ورقياً

الصحيفة	العنوان	التوصيف
الشعب	http://www.Alarabnews.com/alshaab.	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لحزب العمل، وهو يضم النص الإلكتروني لجريدة الشعب والتي تم منعها من الصدور ورقياً .

وتري فاتن الطنباري أن أنواع الصحف الإلكترونية التي تطل علينا عبر شبكة الإنترنت

من خلال ثلاثة أشكال هي :-

(١)صحف إلكترونية تمثل الطبعة الإلكترونية للجريدة أو المجلة المطبوعة :

ونعني بها مواقع صحف القراء الورقية علي الإنترنت والتي تقتصر خدماتها علي تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع إدخال بعض الصور والرسوم والألعاب المختلفة، وتعد جريدة Tomorrow's Morning، من التجارب الهامة لإنشاء موقع لصحيفة مطبوعة علي شبكة الإنترنت ،حيث قامت المؤسسة التابعة لها الصحيفة بإنشاء موقع لها علي شبكة المعلومات العالمية حيث ترسل إلكترونيا الجريدة التي تحمل اسمها كل أسبوع وتقوم بإمدادها بالعديد من الأنشطة والخدمات والألعاب التي تجذب الصغار إلي مطالعتها، وتعرض الجريدة مادتها من خلال أنماط تحريرية هي :-

- أخبار عن الحوادث العالمية والمحلية .
- تحقيقات وموضوعات للتسلية، وأخري عن العلوم والطقس والرياضة والأسواق .
- إجراء حوارات وأحاديث مع المشاهير والصحفيين عبر خطوت الشبكة .
- إتاحة الفرصة للمشاركة في تحرير الجريدة من خلال :
- المشاركة في الألعاب الجماعية .
- المساهمة في كتابة القصص وإبداء وجهات النظر .
- المشاركة في تجمع فني عبر الشبكة (المراسلة) .
- تصميم وإرسال الكروت البريدية والرسوم فيما بينهم .

وغالبا ما تكتب المادة التحريرية بالجريدة بأسلوب المناقشة والحوار، وذلك لمساعدة القراء علي الاستمتاع بما يقرءونه، أيضا هناك جريدةSports Illustrated for kids وهي تمثل الطبعة الإلكترونية لجريدة الرياضة المصورة وهي تحتوي علي عديد من الأخبار والقصص الخبرية عن الرياضات والألعاب المختلفة .

(٢) الصحف الإلكترونية البحتة (التي لا تمثل صحيفة مطبوعة):

وهي التي تشاهد فقط من خلال شبكة الإنترنت ولا يوجد لها نسخة مطبوعة، وتمثل جريدة Midlink الإلكترونية هذه النوعية من الصحف حيث تتوجه من سن ١٠ إلي ١٥ سنة ويستمتع من خلالها القراء بالمواد المقدمة لهم من الجريدة والتي تحتوي علي كافة الفنون التحريرية بالإضافة إلي مشاركتهم في الكتابة التي تربط القراء بكافة أنحاء العالم .

كما توجد هناك مواقع عديدة لصحف إلكترونية عبر شبكة الاتصالات العالمية مثل :-

- جريدة Time for Kids وهي مجلة إلكترونية تحيط القراء بكل الأحداث والأخبار الحالية.
- وKIDS News Network ويعطي هذا الموقع بعض من أخبار العلوم والكمبيوتر كما يحتوي أيضا علي رسومات.
- و KIDS CHONICLES وهي عبارة عن موقع رياضي كبير علي شبكة المدارس العليا، وهي تمنح الأخبار لكل من الأطفال والآباء والمعلمين.
- و Yahooligans وتحرص هذه الجريدة علي اختيار الأخبار الهامة والمسلية والتي تكون وثيقة الصلة بحقوق القارئ.

- وكذلك جريدة CBC4،ولقد قام اتحاد الإذاعة الكندي بتطوير هذا الموقع خاصة ، ويحتوي علي أخبار حديثة عن الرياضة والعلوم والدراما وصفحات الموسيقي.
- وهناك أيضا بعض مواقع علي شبكة الإنترنت لمجلات مثل مجلة Wonderbook ، ومجلة virtually react .

(٣)صفحات أو أركان في الصحف الإلكترونية الموجه للكبار:

وهذا النوع يمثله الصحف الإلكترونية للكبار والتي تضم ركن يحتوي علي كل ما هو محبب ومفضل بالنسبة ومن بين هذه الصحف نذكر :-

- جريدة Tyneside والتي تخصص صفحة خاصة ، عليها عدة روابط Links توصل القراء في كل الأعمار بطريقة ممتعة إلي ما يريدون من موضوعات عن الفضاء والطياران، شعر أدب القراء، المكتبة الرقمية، صفحة مدينة ديزني، حديقة للحيوانات الإلكترونية، شبكة خاصة بالصيد البحري . وتقوم بتجميع القراء في أماكن وفقا لرغبات الأباء والمعلمين، متاحف في سن ١٠ أعوام أو أقل، وتحوي كل شيء عن المحيطات والأسماك والحيوانات والنباتات التي بها، إتاحة الفرصة من سن ١٠-١٥ سنة للدخول في حوارات شاملة، صفحة عن العرائس المتحركة .

هذا إلي جانب عديد من الصفحات عن الألعاب المختلفة، وركن لاتصالات القراء وعدة روابط لمواقع عديدة تهم القراء .

- وجريدة The Fer Oaks Voice والتي تخصص ركن يحتوي علي عدد من المقالات التي تهم القراء مثال، نشرت الصحيفة مقال بعنوان:»جريدة القرن الواحد والعشرين

جاء فيه» بإجراء حوارات صحفية مع القراء عن شكل صحيفة القرن الواحد والعشرين كانت إجابتهم: بأنه في المستقبل سوف تكون الأخبار بالألوان علي الأقراص المدمجة CD-ROM أو عبر تليفون سلكي بدلا من الورق وسوف نستطيع قراءة الأعمدة أو رؤية فيلم سينمائي أو رؤية تجربة حية من خلال هذه الجريدة.

وكنتيجة لإجابات القراء قام رئيس تحرير مجلة The Fer Oaks Voice بإنشاء قسم Section Kids في الجريدة كمحاولة منة لكي تكون صحيفته صحيفة القرن الواحد والعشرين.

تحري واستكشاف الصحف الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت:

وهناك أسلوب أخر وتجربة حديثة لتحري واستكشاف الصحف علي شبكة الإنترنت تتمثل في جامعة التكنولوجيا بسدني باستراليا، حيث يتم تعليم وحدة «تحري أو استكشاف الصحف عبر شبكة الإنترنت» Exploring Newspapers on the Internet" وتمنح أنشطة هذه الوحدة الطلاب الفرصة لتحري واستكشاف مكونات الصحيفة الإلكترونية والطرق المختلفة التي تظهر من خلالها المعلومات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، وهذه الوحدة يمتد عملها منذ ستة أعوام وتهدف إلي تعليم القراء كثير عن :

- لغة الإنترنت .
- قيمة الإنترنت كأداة معلومات إلكترونية في مجتمعاتهم .
- الطرق الإلكترونية المختلفة للوصول إلي المعلومات التي تقدم عن طريق الإنترنت.

- بناء الصحف الإلكترونية علي الإنترنت .
- إبداع صفحات أو صحف خاصة بهم.

ويتم تعليم هذه الوحدة عن طريق خمسة تدريبات والتي تهدف إلي :

- تنمية مهارات القراء للحصول علي المعلومات عبر الإنترنت .
- زيادة معرفتهم بالعام المحيط بهم عن طريق وسائل الإعلام .
- تعليم القراء الكتابة النصية للصحف الخاصة بهم وتصميم الصفحات عبر الإنترنت واستخدام الرسوم البيانية في الموضوعات الصحفية المختلفة .
- تعليم القراء تحليل وتفسير القصص الخبرية وإثبات قدرتهم علي البحث العلمي وتنمية مهاراتهم التعليمية .

هذا ويتم تعليم الأطفال والشباب هذه الأنشطة بتوجيه محدود من معلميهم، وأثناء عمل هذه الوحدة، يناقش كل من المعلم والقراء أهمية الصحف، ولماذا نحتاج لهذه الصحف؟ وما هي نوعية المعلومات التي تمدنا بها ؟ وما هي أقسام التحرير والقوالب الفنية في الصحافة؟ ومدي استطاعتهم شراء هذه الصحف أو الاشتراك في هذه الصحف؟ وهل الصحف الأسترالية تظهر في الدول الأخرى ؟

ويوضح المعلم بأن كافة الإجابات علي هذه الأسئلة سوف يجدونها باستخدام الإنترنت وكلما استكملوا مختلف الأنشطة .

وفي النهاية، يتم تقييم العمل خلال هذه الوحدة بناء علي :

- قدرة القراء علي استعمال الإنترنت .
- قدرة القراء علي استكمال كافة التدريبات وبناء صحف إلكترونية خاصة بهم .

- استمتاع القراء بهذه الأنشطة .

- أداء الكمبيوتر لوظائفه بشكل مرضي .

أسس تصميم الصحف الإلكترونية علي شبكة الإنترنت .

تخضع صناعة الصحف الآن إلي تحولات رئيسية نتيجة لتزايد أهمية وشعبية شبكة الإنترنت، وخاصة بعد ظهور تكنولوجيا الوسائط المتعددة والفائقة، حيث أصبحت الصحف علي الإنترنت متصلة بمصادر الأخبار المختلفة سواء كانت من مواقع الأخبار ووكالات الأنباء أو عن طريق التليفزيون أو محطات الراديو حيث أصبح هناك ترابط بين جميع هذه الوسائل مما أدي إلي ظهور صحف جديدة تتضمن صور متحركة، ولقطات فيديو، وصوت بالإضافة إلي استخدامها بسهولة عن طريق وصلات مباشرة تجعل المستخدم يشعر وكأنه داخل الحدث ويشارك فيه .

وفيما يلي سوف أتناول الأسس الواجب مراعاتها عند تصميم الصحف الإلكترونية، ويمكن تصنيفها تحت أربع أسس أساسية هي :

١- المحتوي .

٢- الوسائل المتعددة التفاعلية .

٣- تنظيم المعلومات .

٤- عرض المعلومات .

١- المحتوي :

تنظر الدراسات الحديثة إلي جمهور وسائل الإعلام علي أنه جمهور نشط Active

Audience، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض، حيث يختار الجمهور قبل التعرض المحتوي الذي يفي بحاجاته ويحقق له إشباعات معينة، وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها ويميز بين ما هو مم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإنهم ينتقضون استرجاع المعلومات مما تعرضوا له .

ويري أصحاب مدخل الاستخدامات والإشباعات أننا ننتبه ونتذكر وندرك المعلومات التي تكون ضرورية وتساعدنا في تحقيق حاجاتنا واهتماماتنا، وطبقا لهذه النظرية فإننا إذا توقعنا أن الرسالة غير مهمة أو لا تفي بحاجاتنا فمن المحتمل ألا نعرض أنفسنا لها، وإذا تعرضنا لها بأي طريقة فإننا سوف ننسي محتواها بسرعة، ومن هنا تأتي دراسة حاجات ودوافع الجمهور والأشكال المتعددة من الوسائل وأدوات الربط بمصادر المعلومات وتزويد الصحيفة بمصادر المعومات وربط الصحيفة بأرشيفات قابلة للبحث من الأسس المرتبطة بالمحتوي .

١-١ فهم وتحديد حاجات الجمهور المستهدف :

صنف كاتز Katz وجيرفتش Gurovtch وهاس Hass الحاجات المرتبطة بوسائل الإعلام إلي خمس فئات رئيسية:

- الحاجات المعرفية Cognitive Needs: وهي الحاجات المرتبطة بالمعلومات والمعارف وفهم البيئة، وتنبع من الرغبة في الفهم وإرضاء الفضول الإنساني.
- الحاجات الوجدانية Effective Needs: وهي الحاجات المرتبطة بالخبرات العاطفية، كتحقيق السرور والتسلية.
- حاجات التكامل الشخصي Personal Integrative Needs: وهي الحاجات المرتبطة بتدعيم المصداقية والاستقرار الشخصي وهي مشتقة من رغبة الفرد

في التقدير الذاتي.

- حاجات التكامل الاجتماعي Social Integrative Needs: وهي الحاجات المرتبطة بالتواصل مع العائلة والأصدقاء والعالم وهي مبنية علي رغبة الفرد في التقارب مع الآخرين.
- حاجات الهروب Escapism: وهي الحاجات المرتبطة بالهروب والتسلية.

وتختلف الحاجات والدوافع باختلاف خصائص الجمهور حيث وجد أن الحاجات مرتبطة بالتعليم والعمر، فالجمهور ذو التعليم الأفضل ذكر حاجات أكثر أهمية عن الجمهور الأقل تعليما، كما أن الجمهور الأصغر سنا ذكر حاجات مرتبطة بالخبرات العاطفية والجمالية أكثر من البالغين .

كما يلعب الجنس دور في اختلاف الحاجات حيث وجد أن حاجات الإناث مختلفة عن حاجات الذكور، فحاجات الإناث مرتبطة بأنوثتها وهي لا تستطيع الهروب من طبيعتها وتبحث دائما عن الأسلوب المرئي Visual Style ، كما أنها لا تهتم بالوعي السياسي كالذكور .

كما وجد أن حاجات الجمهور تخلف باختلاف سماته حيث وجد أن الرجال يحتاجون إلي مراقبة البيئة أكثر من الإناث وأن استجابة الشباب في مراقبة البيئة أفضل من البالغين.

وتوصلت دراسة «محمد عبد الحميد» إلي وجود علاقة طردية بين مستوي أهمية الحاجات الأساسية المرتبطة بالدوافع ومستوي الانتظام في القراءة.

فكلما ارتفعت أهمية هذه الحاجلات لدي الفرد ارتفع انتظامه في قراءة الصحف بصفة عامة، كما أثبتت الدراسة أيضا وجود علاقة بين اختيار الطلاب لنمط القراءة

وبين أهمية الحاجات الأساسية التي يستهدف تحقيقها من القراءة، فكلما ارتفعت أهمية هذه الحاجات اتجه الطالب إلي القراءة المتعمقة أو الموضوعات المتخصصة التي ترضي حاجاته وميوله، واتجاهاته الذاتية، وتوصلت الدراسة إلي أن الطلاب يقرءون الصحف متأثرين بعوامل ثلاثة تمثل الأسباب الدافعة للقراءة بصفة عامة وهي: تأثير العادة، وما تتميز به الصحيفة من خصائص، والحاجات الأساسية التي تساهم في تحقيق الدوافع الضرورية .

وإذا كان مستوي الحاجات يؤثر في قراءة الصحف فإن زيادة الحاجات لدي الجمهور والتي تختلف من قارئ إلي آخر تؤثر في قراءة الصحف أيضا، فقد توصلت دراسة « دافيد بيرس» إلي أن الخبرة الشخصية بأحداث المجتمع تزيد قراءة الصحف، لأنها تستثير حاجات إضافية للمعلومات، ولأنها نادرا ما تتوحد وتتماثل مع التغطية الخبرية، ووجدت الدراسة أن قراءة صحف الطلبة والصحف الأسبوعية المحلية كانت عالية بين الطلاب، كما أوضحت الدراسة أن الاعتماد علي الصحف في تحقيق الفهم الاجتماعي للأحداث والأشخاص يؤثر في كمية الوقت الذي يخصصه الفرد لقراءة الصحف حيث تزداد قراءة الصحف تبعا لدرجة التفاعل الاجتماعي للفرد .

لذا فإن فهم حاجات الجمهور المستهدف وتحديدها يعد من أهم الاعتبارات التي يجب أخذها في الاعتبار عند إعداد محتوي الصحيفة الإلكترونية حيث أنه يوجد ثلاثة أنواع للجمهور :

- جمهور يقرأ الصحف المطبوعة بانتظام أو مصادر أخري للأخبار ولا يستخدموا الإنترنت بانتظام .
- جمهور يستخدم الإنترنت بانتظام ويقرأ الصحف المطبوعة أيضا .

- جمهور لا يستخدم الإنترنت في قراءة الصحف ولا يقرأ أيضا الصحف المطبوعة.

والصحيفة الإلكترونية الجيدة هي التي تستطيع جذب أكبر عدد ممكن من القراء إذا تم تصميم محتواها وعناصرها بناءا علي نوعية الجمهور واحتياجاته ورغباته حتى يكون الجمهور راضي عن محتواها، وفيما يلي بعض البنود التي تجب أخذها في الاعتبار عند تحديد حاجات الجمهور منها :

- تحديد نوعية الجمهور المستهدف .
- تحديد أعمار الجمهور المستهدف .
- تحديد مستوي تعليمهم .
- معرفة خلفياتهم ومعلوماتهم وتفصيلاتهم .
- معرفة نوعية الموضوعات التي تتناسب مع احتياجاتهم .
- معرفة الوسائل التقنية والفنية والتكنولوجية المناسبة لهم .
- مراعاة الفروق الفردية وعدم التجانس بين حاجات الجمهور بقدر الإمكان .
- تحديد أوقات تعرضهم واستخدامهم للصحيفة وذلك لاختيار الوقت المناسب لتحديث محتوي الصحيفة وموادها وموضوعاتها .
- تحديد أهم الخدمات التي يري الجمهور المستهدف تحقيقها من خلال الصحيفة.
- تحديد مواصفات تصميم الصحيفة وفقا لحاجات الجمهور .
- تحديد مواصفات مضمون الصحيفة وفقا لحاجات الجمهور .

١-٢ تزويد المحتوي بالأشكال المتعددة من الوسائل :

من الأسس الهامة التي ينبغي أن يراعيها مصممي الصحف الإلكترونية الاستفادة من المزايا التي تتيحها الوسائل المتعددة كالرسومات الثابتة والمتحركة والصوت والفيديو والصور الثابتة الملونة لأنها لها تأثير كبير في تذكر ونمو المعلومات، كما أنها تتيح للقارئ متابعة الأحداث والأخبار بالصوت والصورة من مواقع الأحداث فور حدوثا وبالتالي تعطي صورة شاملة ومتكاملة للحدث، لأنه من الخطأ تناول الحدث أو الخبر دون وجود وسائل إيضاح للاماكن أو الأشخاص أو الأحداث ذات الصلة بموضوع الحدث .

فاستخدام الوسائل عنصر مهم وأساسي في جذب الانتباه للفن الصحفي وإدراكه بسهولة وتذكره، فالوسائل المتعددة وسيلة ولغة عالمية Universal Language لنقل المعلومات ويمكن لأي فرد مهما اختلفت لغته وثقافته أن يفهمها .

وقد أثبتت الدراسات والتي اعتمدت علي مدخل الترميز الثنائي أن الصور تحسن استرجاع الأخبار، ومن هذه الدراسات دراسة «برابيو دافيد وجاجديب كانج» والتي جاءت بعنوان الصور واللغة الإخبارية عالية الخيال واسترجاع الأخبار، وتمت الدراسة علي ثمانين طالبا من جامعة أوهايو، وتم تقسيمهم إلي عدة مجموعات وعرض الباحثان علي مجموعة من الطلاب أخبارا عن النيكوتين وأثره بدون صور، والنص نفسه وتصحبه الصور علي مجموعة أخري، واستخدم الباحثان تصميم (٢×٢) ، العامل الأول: مستوي الخيال في القصة(عال الخيال- منخفض الخيال) ، والعامل الثاني: حضور أو غياب الصورة، وتوصلت الدراسة إلي تحسن استرجاع الأخبار عند إضافة الخيال المرئي من خلال الصور أو الخيال اللفظي من خلال اللغة .

ووجدت دراسة «ماريو جارسيا M. Garcia وبياجي ستارك P. Stark" أن نسبة ٨٠٪

من قراء الصحف ينظرون إلي الأعمال الفنية، ونسبة ٧٥٪ ينظرون إلي الصور، ونسبة ٥٦٪ يقرءون العناوين، ونسبة ٢٥٪ يقرءون النص .

ويمكن القول أن الاستعانة بالوسائل المتعددة يمكن أن يساعد في بناء روابط مع القراء وإعطاء المصداقية علي المعلومات المكتوبة، وتوضيح ردود الأفعال والمشاعر للناس المشتركين في الأحداث، فالقراء يهتمون بشعور الأخرين، ويمكن التعبير عن عاطفة الفرح، الحزن، الخوف، والغضب وذلك أكثر من الكلمات، كما أن استعمال الوسائل يعطي إحساسا بأنهم يشاهدون ويشتركون في الحدث وخاصة مع لقطات الفيديو والرسومات المتحركة وهذا يضيف صفة الحالية للمطبوع .

ويذكر «هشام جعفر» أن سكرتير التحرير أو المخرج الصحفي يجتهد في ابتكار المزيد من الأدوات وأشكال العرض الجديدة لعرض مادته وإخراجها في الصحف الورقية، ولكن تظل الإمكانيات التي تتيحها هذه الصحف (سواء المجلات أو الجرائد) محدودة وقابلة للنفاذ، حتى إن البعض قد يلجأ للإثارة بالقول أو بالصورة للتغلب علي محدودية أدوات العرض، إلا أن الصحف الإلكترونية تجد نفسها في حل من ذلك لعرض محتواها حيث إن طبيعة الإنترنت تتيح أشكالاً وبدائل متعددة لعرض المادة كما أن البدائل قابلة للتجدد والتطوير والابتكار والقابلية لتوليد الأفكار .

وإذا كانت إمكانيات الإنترنت تمكن مصممي الصحف من استخدام وسائل متعددة صوتية وغير صوتية ومتحركة وثابتة وغيرها، فيجب أن يقرر المصمم الأماكن المناسبة لوضعها للتكامل مع النصوص المكتوبة للموضوعات، كما أن عليه أن يستخدم الوسائل التي يقل زمن تحميلها، ويعطي إمكانية التحكم في مشاهدتها وتكبيرها، والاستعانة بها في إيصال المعلومات بأسهل الطرق وعدم المبالغة في تعدديتها والاستعانة بها وفقا لإمكانيات كل وسيلة وحاجات وعادت ورغبات الجمهور المستهدف .

١-٣ تزويد الصحيفة بروابط مناسبة وموثوق بها عن مصادر أخري للمعلومات :

تحقق الإنترنت كثير من المزايا ومن أهم هذه المميزات إمكانية الحصول علي المعلومات الحديثة والمتنوعة بسرعة فائقة ودقة عالية وبصورة مباشرة من مصادرها المتعددة، كما أنها تتيح للفرد حرية الانتقال بين مصادر المعلومات المختلفة والانتقاء منها دون رقيب وذلك بعكس وسائل الاتصال الأخرى التي يتحكم فيها الآخرون .

وعلي الرغم من هذه الميزة الكبيرة لشبكة الإنترنت فإن الفرد قد يأخذ معلومات من مصادر هي في الواقع مسودات أولية لكتابات غير منظمة وغير موثوق بها وقد تؤدي في النهاية إلي تنمية معلومات ومفاهيم خاطئة وذلك نظرا لغزارة المعلومات والعشوائية وضعف البنية والتنظيم، فالإنترنت بناء متشعب ومتداخل من النصوص الفائقة، تتجول فيه بحرية هنا وهناك بطريقة غير خطية، ولكنه بناء عشوائي وغير منظم، يجعلك تنتقل بين المعلومات بطريقة عشوائية فتفتقد البنية المنظمة للموضوع، فلإنترنت مكتبة غير منظمة وغير محبوكة البنية وتنقصها الوحدة والتنظيم .

ولتحقيق هذه الميزة ينبغي ربط الصحيفة بمصادر مناسبة وموثوق بها للحصول علي الأخبار والمعلومات، لمساعدة القارئ علي معرفة معلومات إضافية عن بعض المعلومات التي قد تكون ذكرت في الخبر، مثل ربط الصحيفة بمنظمة أو صحيفة أخري وفي هذه الحالة لابد من ذكر أسمها في الخبر بحيث تكون المعلومات صحيحة ومنظمة ومتصلة ومتوافقة مع طبيعة موضوع الخبر مع سهولة الاستخدام دون تشتت داخل مصدر المعلومات، كما لابد من تحري الدقة في المصدر، وعدم الاعتماد أو الوثوق في مصدر واحد للمعلومات، بل ينبغي الرجوع إلي مصادر متعددة ومقارنتها ببعضها، واستخدام وسائل تميز مناسبة داخل جزئيات الخبر الهامة باستخدام أزرار تجول وعناوين واضحة تقود

المستخدم بوضوح إلي المعلومات التي يسعي للحصول عليها، وربط الصحيفة بقواعد بيانات قابلة للبحث .

١-٤ تزويد الصحيفة بمعلومات افتتاحية عنها :

عند تصميم الصحيفة الإلكترونية يجب أن يضع المصمم نصب عينه تزويد صفحتها بمعلومات إضافية عن الصحيفة مثل تاريخ إصدار أول نسخة أو تاريخ آخر تحديث لمحتوي الصحيفة، وأسماء الكتاب والمحررين ومكان البريد الإلكتروني للصحيفة لإعطاء الفرصة للقارئ للاتصال مباشرة بمحرر الموضوع أو الكاتب للاستفسار عن معلومات أخري.

كما يجب تزويد القارئ ببعض المعلومات عن المواقع التي يرتبط بها موقع الصحيفة وكذلك الخدمات التي تقدمها الصحيفة للقراء وتزويده باسم الصحيفة وشعارها والعلامة المميزة لها وأسم موقعها بالإضافة إلي وقت تحديث محتواها، وزمن تحميل الصحيفة وحجم المعلومات التي ستقدمها الصحيفة والأقسام الرئيسية التي تتضمنها الصحيفة والمواد المتوفرة لديها، وتقديم واجهة عرض للقراء تحوي عناوين الموضوعات .

١-٥ تزويد الصحيفة بأرشيفات قابلة للبحث :

الخدمة الأرشيفية يقصد بها الأعداد السابقة من الصحيفة التي يوفرا موقع الصحيفة علي الإنترنت، ويكون في مقدور القارئ أو المتصفح الرجوع إليها وتصفحها عبر الشاشة، شأنها في ذلك شأن العدد الأخير من الصحيفة .

والأرشيف مكون رئيسي من مكونات ذاكرة الصحفي الخارجية وذاكرة الصحيفة الداخلية ويتضمن :

١- أرشيف المعلومات: ويضم أجزاء من صحيفة أو صحيفة كاملة، وتقارير ونشرات ونصوص صحفية لم تنشر، وينقسم إلي معلومات عن أشخاص. ومعلومات عن موضوعات .

٢- الأرشيف المصور: ويضم الصور والرسومات الثابتة والمتحركة ولقطات الفيديو المنشورة عبر الصحيفة الإلكترونية وغير المنشورة وتنقسم إلي مصورات للأشخاص وللموضوعات .

و من بين المزايا التي استحوذت عليها الصحف الإلكترونية عن نظيراتها المطبوعة استخدامها لخدمة ربط الصحيفة بأرشيفات سواء كانت مقروءة أو مصورة قابلة للبحث والانتقال، ولكي يستفيد عدد كبير من القراء من خدمة الأرشيف الخاص بالصحيفة الإلكترونية يجب علي مصمم الصحيفة مراعاة ما يلي :

- تنظيم عرض المعلومات المتاحة بالأرشيف عن طريق فهرس يسهل للمستخدم العثور علي المواد المطلوبة واسترجاعها .
- تحديد الموضوعات التي يحويها الأرشيف ومن ثم استخدام محركات بحث أكثر قدرة علي التوجيه .
- تزويد محرك البحث بمعلومات عن عناوين البريد الإلكتروني .
- إمكانية البحث داخل الأرشيف عن طريق الموضوع .
- إمكانية البحث داخل الأرشيف عن طريق التاريخ .
- إمكانية البحث داخل الأرشيف عن طريق اسم الكاتب .
- إمكانية البحث داخل الأرشيف عن طريق العبارة نفسها .

- إمكانية البحث داخل الأرشيف عن طريق عنوان الصفحة (في العمود الذي يوجد أعلي الصفحة وليس العنوان الأول).
- إمكانية البحث داخل الأرشيف عن طريق اسم الشخص .
- إمكانية البحث داخل الأرشيف عن طريق الوصلات المرجعية لأحد مواقع الإنترنت.
- إمكانية البحث داخل الأرشيف عن طريق النص الكامل .
- إمكانية البحث داخل الأرشيف عن طريق البحث البوليني (أن يحدد القارئ طريقة البحث بنفسه) .
- إمكانية ربط الصحيفة بأرشيفات الصحف الأخرى الموجودة علي الإنترنت.

٢- الوسائط المتعددة التفاعلية .

يشير مفهوم الوسائل المتعددة إلي الجمع بين النص والصوت والصورة الثابتة والمتحركة والفيديو في موضوع واحد من موضوعات الصحيفة، فإذا كانت موضوعات الصحيفة تعتمد علي التفاعل بين القارئ وموضوعات الصحيفة، فإننا نسميها بالوسائل المتعددة التفاعلية Interactive Multimedia .

ويستخدم البعض مصطلح الوسائل الفائقة كمرادف للوسائل المتعددة التفاعلية، علي اعتبار أن الوسائل الفائقة تتطلب مبادرة من القارئ للحصول علي المعلومات وذلك بتتبع مسارات داخل الصحيفة لتحقيق هدف معين. كما أن نظم الوسائل الفائقة هي نظم متمركزة حول المتلقي، من حيث أنها تمنح المتلقي قدراً أكبر من التحكم، والنظم المتمركزة حول المتلقي هي نظم متفاعلة، ويؤيد «توماس رسفس» هذا الاتجاه حيث عرف نظم الوسائل المتعددة التفاعلية علي أنها قاعدة بيانات كمبيوترية تتيح

للمستخدم الوصول إلي المعلومات في صورها المختلفة، كالصوت والصورة والرسوم المتحركة والفيديو بالإضافة إلي النص، حيث صممت خصيصاً علي شكل وصلات Links تصل بين عدد من العقد Nodes تمثل المعلومات، ويتيح هذا البناء للمستخدم الوصول إلي المعلومات طبقاً لاحتياجاتهم الفريدة واهتماماتهم الخاصة.

وتري «نجوي عبد السلام» أن التفاعلية سمة من سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة فهناك من يري أنها رجع صدي يبديه المتلقي عقب وصول الرسالة إليه، وهناك من يربطها بإدراك الفرد واستخدامه للوسيلة باعتبار إن التفاعلية المتاحة في وسيلة الاتصال ثابتة لكافة المتلقين ولكن استجابة كل متلق قد تكون مختلفة عن غيره، وتعرض مجموعة من السمات التي تحدد مدي توافر التفاعلية في العملية الاتصالية وهي :

- توافر اتصال ثنائي الاتجاه عبر نفس وسيلة الاتصال .
- تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل .
- سرعة عملية الاتصال بين المرسل والمستقبل لتقترب من التزامن بقدر الإمكان .
- القائم بالاتصال قد يكون إنسانا أو آلة .
- المتلقي يستطيع أن يؤثر في مضمون وشكل الرسالة .
- الاتصال المواجه يعتبر المحك الرئيسي لمقارنة التفاعلية به .

ويري كل من «يبيرس، ميادو» أنه يجب علي مصممي الوسائل المتعددة التفاعلية في الصحف الإلكترونية إتاحة الاختيارات للقراء سواء في المعني أو النتيجة، وفي نفس الوقت يجب أن يكون القراء عندهم الخبرة في كيفية الاستفادة من هذه الميزة .ويذكر «مكميلان وداونيس « أن الهدف من توافر التفاعلية يكمن في: أن هدف الاتصال يكون للمشاركة في تبادل المعلومات وتغيرها، إتاحة التحكم في البيئة الاتصالية، وإتاحة

المشاركة بفاعلية ونشاط للقراء لتحقيق الاستفادة الكاملة من الاتصال، وإتاحة وقت الاتصال والتفاعل حسب رغبة المشاركين بسهولة .

والتفاعلية تعكس ثلاث متغيرات رئيسة لابد من توافرها في وسيلة الاتصال (الصحيفة الإلكترونية) هي:

أولا : مؤشرات تكنولوجية في الصحيفة الإلكترونية، تتمثل في :

- السرعة : وتشير إلي متوسط الوقت الذي يستغرقه برنامج الكمبيوتر لنقل استجابة من متلق إلي آخر أو إلي آخرين أو إلي المرسل ذاته .
- المدي : ويشير إلي عدد الخطوات التي يفرضها النظام الاتصالي علي المتلقي لنقل استجابته علي الرسالة إلي المرسل .
- تعقد استخدام الحواس Sensory Complexity : وتشير إلي عدد الحواس التي يستخدمها النظام لإتمام عملية الاتصال ونقل استجابة المتلقي، فالنص المكتوب يعتمد علي حاسة البصر والنص المسموع يعتمد علي حاسة السمع، لذا وفقا لذلك فإن التفاعل مع مضمون الصحيفة الإلكترونية يعتبر أكثر تعقيدا من الناحية الاتصالية لأنه يتطلب استخدام عديد من الحواس البصر والسمع واللمس، بالإضافة إلي العمليات الذهنية التي يتطلبها اختيار البديل المناسب .

ثانياً : متغيرات مرتبطة بالموقف الاتصالي وتشمل :

- القدرة علي التعبير عن الاستجابة اللاحقة لتلقي الرسالة .
- الوجود الاجتماعي ويشير إلي ما تتيحه الوسيلة للمستقبل من إمكانية التفاعل الاجتماعي مع آخرين من مستخدمي الصحيفة .

ثالثاً : متغيرات مرتبطة بإدراك الفرد وتشمل :

- النسبية فإمكانيات التفاعلية متاحة لكافة مستخدمي الوسيلة ولكن عدداً منهم يستخدمها.
- إدراك سرعة استقبال الرسائل .
- النشاط في عملية التحكم .
- الإحساس بالتواجد الاتصالي .

ويقترح «مارك » مجموعة من التوصيات التي تستهدف تدارك بعض السلبيات التي تعوق الاستغلال الأمثل لإمكانيات التفاعلية التي تتيحها الإنترنت وهي :

- عدم التعامل مع الصحيفة الإلكترونية كوسيلة لإعادة نشر نفس مضمون النسخة المطبوعة من الجريدة لأن في ذلك اختزالا مخلا لإمكانيات كثيرة تتيحها وسيلة النشر الجديدة مما سيجعل مواقع الصحف التي تحسن استغلال إمكانيات الوسيلة تتفوق علي تلك التي تتعامل معها بنفس منطق تعاملها مع الورق.
- ضرورة العمل علي خلق مجتمع متجانس بين المترددين علي الصحيفة الإلكترونية يستطيع مناقشة قضاياه المهمة وطرح آرائه بحرية كاملة الأمر الذي سيدعم في النهاية الاتجاه الديمقراطي في المجتمع .
- ضرورة الاهتمام بتخصيص كوادر صحفية مدربة علي التفاعل مع الجمهور وتهتم بالرد عليه في أقرب وقت ممكن بدلا من اللجوء إلي النماذج الجاهزة التي يتم إرسالها إلي الجمهور، وأن تقوم أيضا بتنظيم المناقشات التي يمكن أن تدور بين أفراده .
- العمل علي إعادة صياغة المادة الخبرية بما يتيح استغلال إمكانيات الهيبرتكست

الذي يسمح بتفاعل القارئ مع النصوص .

ومن الأسس المرتبطة بالوسائل المتعددة التفاعلية ما يلي :

٢-١ استخدام الوسائل المتعددة التفاعلية في الإمكان الملحة لذلك أو حسب الحاجة إليها .

غالبية الصحف الإلكترونية الموجودة حاليا علي الإنترنت حولت محتواها بشكل بسيط من صحيفة مطبوعة إلي إلكترونية بنقل الصفحة المطبوعة كما هي علي شاشة الإنترنت دون الاستفادة من إمكانيات التكنولوجيا الحديثة المتوفرة في برامج الوسائط المتعددة، علي الرغم من أن استعمال الإمكانيات يعمل علي جذب عدد كبير من الجمهور .

ونجاح الصحيفة الإلكترونية يأتي في حسن توظيف التفاعلية التي تعد من أهم سمات الصحافة الإلكترونية من خلال التفاعلية في المضمون والتي تعني بالقوة التي يمنحها المصدر للمترددين علي الموقع في اختيار المضمون الذي يناسبهم، وتفاعلية المتلقي وتشير إلي المدي الذي يصله الجمهور في تحاورهم مع بعضهم البعض عبر أجهزة الكمبيوتر من خلال مجموعات النقاش التي تتيحها المواقع الإخبارية، ومن هنا يجب علي مصممي الصحف توظيف عنصر التفاعلية في الأماكن المناسبة وإتاحتها بسهولة.

٢-٢ استخدم أشكال متعددة من الوسائل .

وهذا الأساس يعني بإتاحة تعدد أشكال ترميز الوسائل المتعددة كأشكال الصورة يمكن أن تكون بامتداد GIF أو TIFE أو JPEG، وإتاحة أشكال الصوت بامتداد WAV أو AIFF أو AU أو SND، والفيديو ، وهذا الأساس يتيح كذلك للجمهور بإرسال أشكال متعددة من الوسائل عبر البريد الإلكتروني .

٢-٣ الانتباه لحجم ملفات الوسائط المتعددة .

من المزايا الهامة التي تقدمها شبكة الإنترنت لعرض الأخبار هي إمكانية استعمال عدد كبير من الوسائط المتعددة، وعلي الرغم من ذلك فإن ملفات الوسائط المتعددة قد تأخذ وقتاً طويلا أثناء تحميلها، وقد أشار «سيندرمان Shneiderman " أن مستخدمي الإنترنت ليس عندهم صبر للانتظار حتى يتم تحميل الصفحة التي يرغب في مشاهدتها بعد ثانيتين إذا أحس بعدم الاستجابة .

لذا يجب علي مصممي موقع الصحيفة استخدام حجم الملفات الصغيرة كلما أمكن وبالنسبة لصفحات الوب فإن الحجم التقليدي للصفحة هو 45 KB تقريباً بما في ذلك كافة الصور وملفات الارتباط الخارجي الأخرى وأية صفحة يزيد حجمها عن 65 KB تصبح بطيئة بالنسبة لعامة المستخدمين، ولكي يكون مستخدمي موقع الصحيفة راضين عنها لابد مراعاة ما يلي :-

- الاستجابة للعمليات التي ينفذها المستخدم في أقل من ثانية واحدة .
- تحميل ما يكفي من الصفحة للسماح للمستخدم بمباشرة العمل (النقر علي ارتباط تشعبي أو البدء بالقراءة مثلاً) في أقل من ٨,٥ ثانية وإتاحة الارتباطات التشعبية النصية قبل الرسومية منها.
- إعلام المستخدم مقدماً إن كانت عملية التحميل ستستغرق وقتاً طويلاً، فالمستخدمون يرغبون في أن تكون الأمور تحت السيطرة .

٣ - تنظيم المعلومات .

ويرتبط هذا الأساس بعدد من الأسس الفرعية منها :

٣-١ استخدام تنظيم ثابت .

من أكثر اعتراضات الجمهور علي بعض المواقع الخاصة بالصحف الإلكترونية علي الشبكة الشكاوي من استخدام النص الفائق والوسائط الفائقة بشكل غير منظم ، حيث أن المستخدم لا يستطيع السير إلي الأمام أو الرجوع إلي الخلف بنظام معين يمكنه من معرفة أين هو داخل الصحيفة، لذا يجب علي مصممي الصحف الإلكترونية تنظيم طريقة عرض المعلومات داخل الصحيفة بنظام ثابت والاستعانة بوسائل ربط مناسبة يستطيع المتجول الإبحار داخل الصحيفة بشكل منظم وثابت وواضح علي أن تكتب في كل صفحة عنوان الصفحة ونوعية موضوعاتها .

٣-٢ تصفيف المعلومات .

إن لتصفيف المعلومات دور بارز في سهولة استخدام الصحيفة، ويرتبط هذا الأساس ببنية تنظيم محتويات الصحيفة علي الوب وتحدد كيفية العثور عليها والوصول إليها، والغاية من بنية المعلومات هي تنظيم وتبسيط موقع الصحيفة .

لذا يجب أن تبدأ عملية التصميم بتصنيف المعلومات وتحديد درجة أولويتها، ومعرفة ماهية فئات التصنيف الأساسية بمقارنة المعلومات التي سيتم تقديمها من حيث درجة أهميتها ثم رسم خطوطاً رئيسية ومخططات يظهر من خلالها كيفية تجميع المعلومات مع بعضها البعض، وبناء علي ذلك يتم وضع مجموعات المعلومات الأعلي في درجة الأهمية في المكان المناسب علي الشاشة بعناصر كبيرة أكثر من غيرها في المخططات، والبنية القياسية المستخدمة مع مواقع الوب هي البنية الهرمية، حيث تعرض الفئات الرئيسية أولاً وتتفرع عنها المواضيع الفرعية التي تتفرع بدورها إلي مواضيع أصغر لتصل بالمستخدم في النهاية إلي المعلومات التي يريدها .

٤ - عرض المعلومات .

ويرتبط هذا الأساس بعدد من الأسس الفرعية منها :

٤-١ تبني استخدام أيقونات مألوفة .

الأيقونات Icons ، وهي عبارة عن رموز للعناصر التي نستخدمها للتعامل مع نظام الصحيفة، واستخدام الأيقونات يمكن أن تساعد المستخدمين في الوصول إلي المعلومات، بشرط وضوح هذه الأيقونات وثبات وظائفها ضمن محتويات الصحيفة، لأن الجمهور قد يسئ استخدامها أو يستخدمها بصورة حدسية، لذا يجب علي المصممين استخدام أيقونات واضحة ومفهومة بالنسبة للجمهور مع توضح ما ترتبط بها من روابط لمواقع أخري .

٤-٢ إعطاء إشارات واضحة لقوائم الموضوعات والاختيارات المتوفرة :

يجب أن يتضمن موقع الصحيفة الإلكترونية علي شبكة الإنترنت علي قوائم واضحة تتضمن الموضوعات والقضايا التي تتناولها، ويجب أن تعتمد الصحف علي جداول مدعمة بالصور الصغيرة في فهرست الموقع، ويكفي من المستخدم للصحيفة بضغطة واحدة علي الفأرة للوصول إلي أي موضوع يريده عن طريق النص الفائق، ولابد أن تتميز القوائم بالوضوح الثبات ما لم يطرأ عليها تعديل أو تغيير، ويمكن استخدام فهرست الموقع للإعلانات في دعم نفقات الموقع الاقتصادية وكذلك إعلانات التوظيف والصور وإعلانات السيارات كما في صحيفة نيويورك تايمز .

وضع خريطة عامة لتنظيم المعلومات .

من الأسس الهامة هو تزويد الصحيفة بخريطة عامة لتنظيم المعلومات داخل كل

موضوع، بحيث تعطي لكل جزئية إشارة ترشد المستخدم إلي المكان الذي يوجد فيه أثناء قراءته للموضوع مثل (أنت هنا) .

استخدم إشارة توضح تحديث الموضوعات الجديدة .

لابد من إعطاء الجمهور خلفية عن الموضوعات التي تم تحديثها حتى يستطيعوا معرفة الموضوعات التي كانت موجودة من قبل والموضوعات التي تم تحديثها .

زود الصحيفة بنصوص مقروءة واضحة .

إنه من المهم أن يتمكن القراء من قراءة محتوي الصحيفة بشكل سهل وبحيوية، ويتطلب ذلك تميز الكلمات والرسائل بشكل واضح وباستخدام أساليب تميز واضحة، ومن الضروري وضع بعض الاعتبارات في الحسبان منها حجم الخط وخلفيته ونسبة الفضاء الأبيض إلي النص المكتوب، حيث أن إعطاء مساحة من الفضاء حول الخطوط يسهل في عملية القراءة .

ويمكن إجمال أسس تصميم صحيفة إلكترونية علي شبكة الانترنت فيما يلي :

١- فهم وتحديد حاجات الجمهور المستهدف .

٢- تزويد المحتوي بالأشكال المتعددة من الوسائل .

٣- تزويد الصحيفة بروابط مناسبة وموثوق بها عن مصادر أخري للمعلومات.

٤- تزويد الصحيفة بمعلومات افتتاحية عنها .

٥- تزويد الصحيفة بأرشيفات قابلة للبحث .

٦- استخدام الوسائل المتعددة التفاعلية في الإمكان الملحة لذلك أو حسب الحاجة إليها.

٧- استخدم أشكال متعددة من الوسائل .

٨- الانتباه لحجم ملفات الوسائط المتعددة .

٩- زود الصحيفة بوسائط متعددة فعالة مع إعطاء الحرية الاختيارية في المرور .

١٠- زود المستخدم بالدخول والاشتراك .

١١- استخدام تنظيم ثابت .

١٢- تصفيف المعلومات .

١٣- تبني استخدام أيقونات مألوفة .

١٤- إعطاء إشارات واضحة لقوائم الموضوعات والاختيارات المتوفرة .

١٥- وضع خريطة عامة لتنظيم المعلومات .

١٦- استخدم إشارة توضح تحديث الموضوعات الجديدة .

١٧- زود الصحيفة بنصوص مقروءة واضحة .

مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية علي شبكة الإنترنت .

التصميم هو تنظيم المعلومات المرئية، أما مبادئ التصميم فهي كيفية تصور تلك المعلومات ومعالجتها بحيث تصبح صالحة لمساعدة المصمم في استخدام عناصر التصميم لإنشاء تصميمات مبتكرة للصحف الإلكترونية .

وتوجد مجموعة من المبادئ التي يجب علي المصمم أن يضعها في الاعتبار عند تصميم الصحف الإلكترونية علي شبكة الإنترنت، وفيما يلي عرض لمبادئ التصميم وهي: الوضوح، الثبات، التباين، البساطة، البنية، التشديد .

١- الوضوح : Clarity

ويقصد بالوضوح أن تكون عناصر التصميم واضحة وتظهر المعلومات والعناصر بوضوح. وليكون موقع الصحيفة الإلكترونية واضحا يجب استخدام صور ورموز يستطيع فهمها كل من يستخدمها بسهولة، فمثلا جميع مستخدمي الوب معتادون علي رؤية الارتباطات التشعبية بتسطير تحتها فإذا استخدم لها خطا مائلا أو عريضا قد لا يعرفون أنها ارتباطات تشعبية، وكذلك الأمر مع مزايا البحث فقد أعتاد المستخدمون النقر علي زر أسمه بحث(go أو search) بعد كتابة كلمة أو عبارة في حقل البحث وهذا قد يسبب بعض الارتباك لو استخدم اسما مختلفا .

ويجب علي المصمم لتحيق هذا المبدأ مراعاة عدم تغيير المظهر الشائع لبعض المزايا مثل أشكال وصفات الأزرار، بحيث إذا تغير شكل ووصف الزر فإن المستخدم يستغرق بعض الوقت ليعرف أن ما أمامه هو الزر المطلوب، كما يجب علي المصمم أن يضع دائما أمام عينيه أنه يصمم موقع صحيفة من أجل المستخدمين وليس من أجل إبراز مهاراته الإبداعية، فمستخدم الويب لا يرغب إهدار وقته في تعلم كيفية التجول داخل الصحيفة فقد وصل إلي موقع الصحيفة للحصول علي معلومات أو أخر الأخبار وليس لتعلم طريقة جيدة للتجول .

٢- الثبات : Consistency

الثبات هو اعتماد أسلوب دائم لتنظيم محتويات الصحيفة وتجميع العناصر المتشابهة وتطبيق نمط موحد لها وذلك لتحقيق انطباع يمكن أن يتوقعه المستخدم، ولتحقيق هذا المبدأ فيجب تصنيف المعلومات وتشكيل بنيتها وفقاً لمفاهيم منطقية ثابتة ومنظمة بحيث تسهل علي المستخدم إمكانية التجول ضمن موقع الصحيفة إذا يجب أن يكون المستخدم قادر علي استنتاج الأسلوب المتبع لبناء وتصميم الصحيفة بسرعة وسهولة .

وهذا المبدأ يعد من أهم المبادئ الأساسية في تنظيم واجهة الاستخدام بحيث تصبح كافة الأدوات المستخدمة للتجول في الصحيفة متشابهة لسهولة وسرعة الوصول إلي المعلومات والأخبار بداخلها، ويتم الثبات عليها واستخدامها في كامل الصحيفة وهذا الثبات لا يقتصر فقط علي أماكن تواجد تلك العناصر علي الشاشة وإنما أيضا في مسمياتها في مختلف مراحل عملها وفي الأصوات المقترنة بها فعلي سبيل المثال إذا كان النقر علي رموز معينة يؤدي إلي تشغيل مقطع فيديو فيجب استخدام هذا الأسلوب وعدم استخدام الأزرار أو النصوص المختلفة لتشغيل مقاطع الفيديو الأخرى .

ولاستخدام تنظيم ثابت لموقع الصحيفة يتم تجميع العناصر المتشابهة في الوظيفة مع بعضها البعض إما بحسب قربها من بعض أو بحسب تشابهها حيث أن التشابه يتضمن صفات مثل الشكل والنوع واللون، فإذا كان تصميم موقع لأخبار صحيفة فيمكن تجميع عناوين الأخبار السياسية باللون الأحمر وعناوين الأخبار الاقتصادية باللون الأزرق وعناوين الأخبار الاجتماعية باللون الأخضر وهكذا، بحيث يستطيع المستخدم التمييز بين أنواع الأخبار وفق ألوانها أو أشكالها بسهولة ويسر فلقد أصبحت جميع الارتباطات والصفحات المخصصة لنوع معين متشابه .

كذلك يجب استخدام نمط ثابت لموقع الصحيفة بحيث تكون كافة الصفحات والعناصر من نفس الروح ولو أن ذلك يصبح صعبا أحيانا حين يكون فريق العمل كبير وخاصة إذا كان أعضاء الفريق يعملون في مواقع مختلفة ولكن إذا عمل الفريق جيدا علي تطوير أنماط قياسية مفصلة من أجل واجهة الاستخدام ستمضي عملية الإنتاج بسرعة اكبر وبعدد أقل من الأسئلة .

٣- الانسجام harmony:

التصميم المنسجم هو الذي يظهر ككل واحد وليس كتجميع لأجزاء مختلفة، ويتحقق الانسجام حين تظهر مختلف الأجزاء علي أنها تنتمي لبعضها البعض، ويجب تطبيق النمط المنسجم الثابت علي كافة أجزاء التصميم، فمثلاً تحديد أشكال قياسية لجميع العناصر الرسومية سواء من حيث الأبعاد، وعرض الخطوط، والألوان، كما يجب استخدام أسلوب موحد للصور المستخدمة داخل الصحيفة، بالإضافة إلي العناصر الأخرى مثل الإطارات والحدود والنوافذ يجب أن تكون كلها بنفس الأبعاد والنقوش والألوان كما يجب تحديد موقعها داخل التصميم مسبقا .

وكذلك الأصوات المستخدمة يجب أن تكون منسجمة مع بقية الموضوعات المصاحبة لها حتى يستطيع المستخدم التمييز بينها إلي جانب استخدام أسماء موحدة للملفات تكون متعارف عليها.وعلي ذلك فان الوقت الذي يمضيه المصمم في البداية لاستخدام نمط موحد لأجزاء التصميم سيعود عليه بنفع كبير حين تبدأ عملية الإنتاج.

٤- التباين Contrast:

بعد مراعاة مبدأي الوضوح والثبات في تصميم الصحيفة يجب استخدام مبدأ التباين حيث أن الاختلاف يظهر الأشياء والفرق بينها أحيانا مع عدم المبالغة في هذا المبدأ حتى لا يتعارض مع مبدأ الانسجام. ويؤكد «ميك ورد » علي أن يكون هناك نوع من التباين بين اللون المستخدم لكتابة النص واللون المستخدم للخلفية مثلاً، فقراءة نص بخط أسود علي خلفية بيضاء أو بلون فاتح أسهل بكثير من قراءة نص أسود علي خلفية داكنة .

بالإضافة إلي استخدام التباين في التمييز بين أقسام الصحيفة وعناصرها المختلفة باستخدام خطوط وأحجام متنوعة، فمثلا استخدام خط عريض بحجم ١٨ نقطة من

نوع Arial للعناوين وخط أصغر بحجم ١٢ نقطة من نوع Times New Roman لكتابة المتن يزيد من إمكانية المطالعة والتصفح بسهولة ويسر وكذلك إمكانية الوصول إلي المعلومة المطلوبة دون عناء لذلك علي المصمم مراعاة إمكانية الوصول والتصفح بحيث لا تغطي عليها الناحية الجمالية .

٥- البساطة: Simplicity

ويقصد بالبساطة استخدام عدد محدود من العناصر في الشاشة الواحدة مع توزيعها بأسلوب بسيط يجعل المستخدم لا يستغرق وقتا طويل للوصول إلي المعلومات التي يريدها ومعرفة كيفية الوصول إليها، حيث نجد أن كثير من الصحف الإلكترونية مملوءة بكثير من الألوان والنصوص وعشرات الصور والرسوم المتحركة ولقطات الفيديو بشكل يفقد الصحيفة مزايا إضافة تلك العناصر لها، حيث لا يستطيع القراء التعامل مع هذه العناصر في وقت واحد بالإضافة إلي حدوث نوع من التشتت وعدم القدرة علي ربط هذه العناصر بشكل متوازن ومتكامل .

ويجب مراعاة عدة نقاط عند تصميم صفحات الصحيفة الإلكترونية علي الوب لتحقيق مبدأ البساطة وهي :

- عدم عرض كثير من المعلومات المرئية علي صفحة واحدة أو في حقل واحد، حتى نحافظ علي واجهة عرض بسيطة وغير مزدحمة ومتداخلة، حيث إن الصفحة التي تحتوي علي موضوعات كثيرة تفقد القارئ تركيزه ولا يستطيع مواصلة قراءة الموضوعات المراد إيصالها له بسرعة ووضوح ويسر، وكذلك فإن الزمن الذي يستغرقه تحميل الصفحات المكتظة بالصور يكون طويلا وقد يمل القارئ الانتظار فيترك الصحيفة ولا يقرأها .

- التحكم في كيفية عرض وتقديم الموضوعات للقارئ ويفضل استخدام عدة صفحات تقدم علي كل واحدة منها عدد محدد من أجزاء الموضوع مع عناصر الشاشة الأساسية، مع توحيد الأساليب المتبعة لتخفيف التشابك والتعقيد بحيث يتم المحافظة علي طول متن النص بحدوده الدنيا فيتم تلخيص فقراته في مقاطع رئيسية مع استخدام الارتباطات التشعبية لإتاحة الوصول إلي صفحات أخري تتضمن معلومات مفصلة وتعليقات جانبية وتعاريف وعروض ثابتة ومتحركة توضيحية أو مواضيع وعناصر أخري وثيقة الصلة بالموضوع .

- ويمكن التخفيف من تشابك المعلومات علي الصفحة الواحدة من خلال الاستعانة بآراء وتفضيلات واهتمامات القراء ومراعاتها عند إعداد الصفحات من جديد بحيث تظهر بالشكل الذي يهم القراء مع إتاحة المجال للوصول إلي المحتويات الكاملة من خلال الارتباطات التشعبية في أي وقت بما يتيح لكل مستخدم إمكانية إخفاء المعلومات التي لا يردها كما يمكن الاستفادة من المساحة السلبية أو المناطق المتروكة بدون نصوص وصور أو بقليل منها لتحقيق درجة من الجاذبية من خلال التباين والتوازن بالإضافة إلي استخدامها في توجيه عين القارئ إلي المحتويات الهامة، فهي تظهر الروابط بين الأجزاء المختلفة والمناطق ذات الأهمية كما أنها تريح العين وتساعد علي تنظيم الموضوعات علي الشاشة وتقليل تعقدها .

البنية : Structure

تدخل البنية في عديد من جوانب تصميم موقع صحيفة إلكترونية علي الوب إذا تحدد كيفية وضع تصميم يظهر واضح البداية والوسط والنهاية، كما أنها تحدد كيفية إنشاء التكوينات الهرمية للصحيفة ككل ولكل صفحة علي حده وهي تحدد كذلك كيفية جميع

العناصر وثيقة الصلة ببعضها البعض واستخدام التداخل لتوضيح العناصر والعناصر الفرعية، وتتكون من أربعة عناصر هي: سرد القصة (Story Telling)، البروز (Prominence)، التجميع (Grouping)، والتعشيش(Nesting).

وموقع الصحيفة لابد أن يكون له بداية ووسط ونهاية، والبداية تتمثل عادة في الصفحة الرئيسية أو واجهة الاستقبال والتي يجب أن تجذب انتباه القارئ وتشده أما الوسط فيحتوي علي المعلومات التي يبحث عنها القارئ وأخيرا النهاية وهي عبارة عن نتيجة أو حل أو تفاعل ما مع القارئ.

وعند تطبيق مبدأ البنية في تصميم الصحيفة نجد أن أفضل استخدام لها في العناوين الرئيسية والفرعية والتعليقات الجانبية، لجعل الصفحات سهلة الفهم وذلك عن طريق جعل الموضوعات والعناصر الأكثر أهمية علي صفحة اكبر واعرض من غيرها، علي أن تكون قريبة من بداية الصفحة، فإذا كان نص مكتوب مثلا نضع العناوين الرئيسية بخط اسود عريض ، ووضع العناوين الفرعية والمقدمة بخط اسود عريض متوسط الحجم ،في حين يمكن كتابة متن النص بخط عادي صغير وكذلك يمكن التنوع في استخدام العناوين والنصوص.

وكذلك يجب تجميع العناصر التي تربط بينها علاقة منطقية تحت عنوان يصف أوجه التشابه أو تعرض باستخدام نمط واحد(اللون،الخط،وغيرها...) . فتجيع العناصر المتشابهة يمكن القارئ من الوصول إلي المعلومة المطلوبة بسهولة وسرعة،اعتمادا علي العلاقة بينها وبين المعلومات المشابهة لها كتوحيد لون عناوين الأخبار أو الأقسام الواح دة(سياسية،اقتصادية،اجتماعية،وغيرها...) .

والتداخل أو التعشيش هو المكون الأخير الذي يستخدم لتحديد بنية موقع الصحيفة

وصفحاتها المختلفة ، فالتعشيش هو وضع عنصر داخل آخر، مثلا وضع صورة أو لقطة فيديو داخل نص مكتوب .

٦- التركيز :

ويقصد به التوكيد علي مناطق معينة علي الصفحة لإبرازها وتوجيه حركة عين القارئ اثنا تنقلها في أرجاء الصفحة، وذلك لتجنيب عين القارئ الحيرة والضياع في محتويات الصفحة، وعادة ما يتم ذلك باستخدام اللون أو الحجم أو المكان . فالألوان المشرقة الحارة كالأحمر والبرتقالي والأصفر تؤثر العين أكثر من غيرها، لذلك فهي تفضل في كتابة العناوين الرئيسية، والجزئيات الأكثر أهمية في الموضوعات،كالمقدمات الهامة، و العناوين الفرعية، والتصريحات والأسماء البارزة والأخبار الهامة محدودة المساحة .

ويتم عادة التشديد علي النصوص أو العناصر :-

١- اللون .
٢- الموضع .
٣- تنسيقات النص .

تحرير الصحف الإلكترونية :

يقصد بتحرير الصحف إلكترونياً طريقة الكتابة الفنية التي تتيح للمحرر الصحفي من خلالها تحويل الوقائع والأحداث والأفكار والآراء والخبرات من تصورات ذهنية وأفكار إلي لغة مكتوبة و مفهومة للقارئ العادي، فهي الأداة التي يتم من خلالها تحويل المضمون إلي المادة الصحفية (خبر، مقال، حديث، تحقيق، تقرير).

وينبغي إن تتسم الكتابة الصحفية الجيدة بالصفات التالية:

- الوضوح.
- الاكتمال.
- التجسيد.
- الصحة.
- الإتقان.
- الدقة.
- استعمال أدوات انتقالية تقود القارئ من فكرة إلي أخري .

ويتصف قارئ الصحيفة الإلكترونية بأنه انتقائي ومتعجل ومحاط بكم هائل من المعلومات المتدفقة عبر شبكة الإنترنت، فالتعامل مع النص الإلكتروني يقتضي ضرورة معرفة المستخدم أين يبحث عن المعلومات التي يريدها في ضوء أجندة اهتماماته المبدئية والأصلية، ولكن عندما يتعامل مع نص مطبوع فقد ينتبه إلي بعض المواد الصحفية بسبب التميز الديموغرافي لعناوينها أو بسبب موقعها علي الصحيفة أو لان عنصرا تيبوغرافيا معينا استرعي انتباهه، وينتفي هذا الأمر بدرجة كبيرة عند التعامل مع مادة معلوماتية علي صحيفة إلكترونية، حيث يكون تعامله هادفا بشكل أساسي .

لهذا السبب نجد إن القارئ يستطيع إن يتذكر المعلومات التي تتضمنها القصص الخبرية المنشورة بالصحف الإلكترونية أكثر من قدرته علي تذكر المعلومات نفسها في حالة نشرها علي صفحات صحيفة مطبوعة .

مما يتطلب معالجة المعلومات بأسلوب خاص في الكتابة يتباين عن الأسلوب التقليدي في الكتابة الإنشائية أو الأدبية، حيث يتطلب الأمر هنا تقديم كم من المعلومات المشوقة بقدر الإمكان في بساطة ودقة بالغين .

حيث يواجه كل مهتم بالكتابة للصحافة الإلكترونية تحديا جديداً وهو تحدي مرتبط

بشكل وبنية عملية الكتابة ذاتها والتي تتمثل في بدأ العدول عن الكتابة السطرية وتبني طريقة الكتابة التكوينية سواء النص الفائق أو الوسائط الفائقة وهناك أربع سمات رئيسية للكتابة الإلكترونية وهي :

١- السرعة والسعة الكبيرة وإمكانية استخدام مختلف أنواع الإشارات سواء الكتابة، الأصوات، الألوان، الصور المتحركة والمشاهد الحية من مواقع الأحداث .

٢- تعتبر أداة لتنظيم المعلومات في مجال فضائي، فالثقافة المطبوعة أعطت البشرية نمطاً من أساليب عرض المعلومات مدون علي الورق، بينما تحمل الثقافة التي يعرضها المجال الفضائي إمكانيات وأفاق لا نهاية لها في عرض المعلومات .

٣- المحرر الصحفي الذي ظل مقيداً بالتعامل مع الحروف والخطوط أصبح بإمكانه التعامل مع الصوت والرسوم المتحركة والمشاهد المصورة، كل ذلك من خلال السيطرة علي لوحة المفاتيح وفأرة الكمبيوتر .

٤- توفر تكنولوجيا الاتصال الجديدة إمكانيات الاتصال عبر الشبكات المحلية والعالمية مما اختصر الزمن والمسافات أمام الاتصال المكتوب الأمر الذي أعطي الكتابة ما أعطاه التليفون للكلمة وبالقدر نفسه من السرعة والتفاعل .

فبعد أن كان المفهوم البسيط للتحرير الصحفي الإلكتروني يعني استبدال الأدوات الورقية التي يستخدمها المحرر بأدوات إلكترونية تحقق مستوي أعلي من الدقة أثناء عملية الكتابة خصوصا في حالة استخدام أحد برامج معالجة النصوص المدعومة بإمكانيات التصحيح اللغوي أو رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها بالإضافة إلي توفير درجة أكبر من السرعة عند الرغبة في إجراء أيه تعديلات بالحذف أو الإضافة أو النقل علي الجزئيات التي تتكون منها المادة الصحفية .

أصبح المفهوم الأكثر تركيباً للتحرير الصحفي الإلكتروني المسائلة تتجاوز فيه الجانب المتعلق بالمحرر الصحفي كفرد يكتب موضوعا صحفياً بالاستعانة بأدوات تكنولوجية إلي إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة ككل حيث ترتبط كل الوصلات الطرفية الموجودة أمام المحررين بصالة التحرير في شبكة محلية تدار بواسطة جهاز مركزي ينتهي عند المسئول الرئيسي عن العدد الصادر من الصحيفة، ومن الممكن أن ترتبط الشبكة في هذه الحالة بأرشيف الصحيفة وقسم السكرتارية الفنية وكافة الإدارات الأخرى التي تعتمد في عملها علي أنظمة الحاسبات، وبالتالي فإن التحرير الإلكتروني في هذه الحالة يعتمد علي نظام الشبكة المحلية التي تربط كافة العناصر العملية الإنتاجية داخل الصحيفة .

الأمر الذي أدي إلي إضافة أدوار جديدة إلي عمل المحرر الصحفي، تتمثل في قيام المحرر بجمع المادة الصحفية التي يحررها من خلال شاشات الحاسب ولوحة المفاتيح الملحقة بها، وتنفيذ بعض الإجراءات التيبوغرافية عليها، ويتطلب ذلك ضرورة اكتساب الصحفي مهارات جديدة أهمها إتقان التعامل مع الحاسبات كمكونات صلبة، يضاف إلي ذلك ضرورة أن بتوفر لدي المحرر وعي ومعرفة إخراجية بالإضافة إلي المادة التحريرية لقيامه ببعض وظائف المخرج في تحديد أبناط وفونتات المادة الصحفية التي يقوم بجمعها وتحريرها.

فالمحرر الصحفي يمكن أن يرسل الموضوعات والأخبار والمواد المختلفة من داخل الصحيفة أو من خارجها علي مخطط الصفحة بشكل مباشر من خلال تحميل كل مادة علي الملف الخاص بموضوعها بالفاكس أو البريد الإلكتروني، بحيث يتولي المحرر المسئول القيام بفتحه وتحديد موقع المادة الصحفية التي يحتويها علي الصفحة، وفي حالة الرغبة في إجراء أيه تعديلات علي أي من المواد يمكن ردها بشكل مباشر إلي كاتبها بتحميلها من خلال نظام الفاكس أو علي عنوان البريد الإلكتروني الخاص

بالكاتب بحيث يتولي هو ذاته إجراء التعديلات المطلوبة .

ويهدف التحرير الصحف كعملية صحفية فنية وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة الإلكترونية إلي تحقيق عدة عناصر من أهمها :

١- جعل النص الصحفي يتناسب مع طبيعة موضوعات الصحيفة الإلكترونية.

٢- تحري الأخطاء التي قد ترد في الحقائق والمعلومات (الأرقام- الأسماء) وتصحيحها باستخدام برامج الحاسب الآلي، حيث ساعدت تكنولوجيا الحاسب الآلي المحرر في إجراء أيه تعديلات علي المادة الصحفية بسهولة.

٣- تبسيط وتصحيح وتوضيح لغة النص الصحفي، فبخطوة واحدة يستطيع المحرر الصحفي تصحيح وتوضيح وتبسيط النص وحفظه علي جهاز الكمبيوتر .

٤- جعل النص الصحفي يتناسب مع المساحة المحددة له ولن تعد هذه المشكلة أمام المحرر الصحفي في ظل الصحيفة الإلكترونية، حيث أن المساحة أصبحت الفضاء الواسع الرحب بلا حدود أو قيود .

٥- توضيح معاني النص الصحفي وإحياءها بالصوت والصورة .

٦- مراجعة النص الصحفي من أجل التأكد من منطقية الموضوع .

٧- تعديل لهجة النص الصحفي عند الضرورة .

٨- جعل النص الصحفي يروق لقارئ الصحيفة بتدعيمه بالوسائط المتعددة التي تجذبه وتزيد من جال وموضوعية المواد التحريرية .

٩- خلق نوع من الهارمونية والتناغم الأسلوبي بين النصوص الصحفية (الموضوعات الصحفية) ومن الوسائط المتعددة(صورة- صوت- ..الخ) التي تنشر في الصحيفة .

١٠- المساهمة في عملية تصميم وإخراج الصحيفة الإلكترونية .

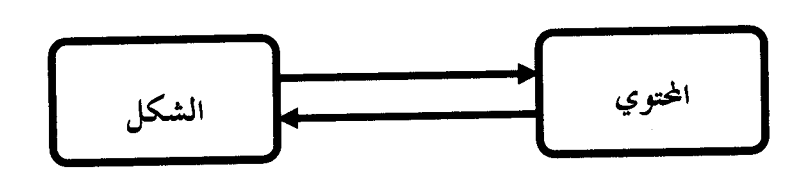
ولتحقيق الأهداف السابقة يحتاج المحرر الصحفي إلي القيام ببعض العمليات التحريرية مثل :

- التأكد من دقة بيانات النص الصحفي (بالتشاور مع محررو وأخصائي جهاز المعلومات بالمؤسسة الصحفية أو بقواعد البيانات المتاحة من خلال الإنترنت).
- اختصار الكلمات أو الجمل أو الفقرات غير الضرورية .
- إعادة صياغة النص الصحفي كاملاً بهدف صقله لغويا .
- إعادة صياغة النص الصحفي بهدف خلق نوع من الاتساق الأسلوبي .
- حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الألفاظ التي تتسم بالصعوبة وضعف المقروئية.
- حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الفقرات التي قد تشكل جريمة تعاقب عليها قوانين النشر، أو تتعارض مع الذوق العام .
- اختصار النص الصحفي دون الإخلال بالمعني حتى لا يصاب القارئ بالملل .
- استكمال النص الصحفي ببعض المعلومات والبيانات التي تكملة من ناحية المضمون وتجعله يغطي كل جوانب الفكرة (خاصة في الأخبار والتحقيقات الصحفية) .
- إعادة صياغة العناوين الخاصة بالنص الصحفي، الرئيسية منها، والثانوية، وكذلك الفرعية وهي عنصر مهم جداً لإراحة القارئ بصريا وفكريا وإضافتها إن لم تكن موجودة في النص الأصلي .
- دمج نص مع نص آخر خاصة بالنسبة للأخبار، أو عمل إشارة للنص في نهاية نص صحفي آخر .

العلاقة بين الأشكال الصحفية والمضمون في الصحف الإلكترونية :

تتأسس البنية الموضوعية للرسالة الصحفية علي جدلية العلاقة بين الشكل الصحفي والمحتوي، فمعظم الأفكار الصحفية لا تصلح للمعالجة إلا علي مستوي أشكال صحفية معينة سواء أخذت شكل القلب الخبري، أم القالب التفسيري، أم القالب التوجيهي، أم قالب التسلية .

وبالتالي فإن التغييرات التي تصيب الأشكال الصحفية تؤثر علي طبيعة المضامين الصحفية، كما أن التطورات التي تعتري المضمون الصحفي تؤثر علي طبيعة الشكل الصحفي، فالعلاقة بين الشكل الصحفي والمحتوي علاقة جدلية في الأساس تعتمد علي علاقات التأثير، ويمكن توضيح العلاقة بين الشكل الصحفي والمحتوي فيما يلي :



شكل (٢) العلاقة بين المحتوي الصحفي والشكل الصحف

والوظائف المتعددة هي التي تخلق الشكل الصحفي المناسب لها فلكل وظيفة أشكالها الصحفية التي تناسبها والتي تقوم الصحيفة الإلكترونية من خلالها بأداء وظائفها المختلفة، في ظل المنافسة الشديدة من جانب وسائل الاتصال الأخرى، في ظل التطور التكنولوجي للمجتمع ككل ولوسائله الاتصالية وتغير قيم القراء واتجاهاتهم .

ويري «محمود ادهم» أن أسلوب التحرير الصحفي يختلف باختلاف الفنون والأنماط والأطر والقوالب الفنية للتحرير الصحفي الإخبارية منها، والتفسيرية، والاستقصائية،

أو أشكال الرأي، بما لها من خصائص ومعالم وأسس فنية وهي :

١- القوالب الإخبارية : والتي يمثلها الخبر الصحفي (الصغير والمتوسط والكبير) .

٢- القوالب التسجيلية: والتي يمثلها التقرير الصحفي وتختص به أساليب تحرير القصص والموضوعات والتقارير الإخبارية.

٣- القوالب التفسيرية: ويمثلها التحقيقات والأحاديث الصحفية .

٤- قوالب الرأي : ويمثله المقال الصحفي بمختلف أنواعه .

- سمات الفنون التحريرية للصحيفة الإلكترونية :

وفيما يلي عرض لبعض الفنون التحريرية الصحفية في الصحيفة الإلكترونية:

١ - الخبر الصحفي :

الخبر في الصحيفة الإلكترونية هو تقرير عن حادث يهتم جمهورها بمعرفته وهناك ثلاثة عوامل رئيسية تشكل أضلاع مثلث الخبر وهي : الحقائق والتشويق والقراء، وعمل الصحفي الناجح هو جعل الحقائق مشوقة للقراء . أي أن الهدف الأساسي من الخبر الصحفي جذب القراء لقراءة الخبر وذلك لمعرفة الحقائق الموجودة فيه.

وللخبر الجيد شروط يجب أن تتوافر فيه وهي :

- الصحة - الدقة .
- الحالية- الاثارة .
- السرعة- الأهمية .
- الجدة - الطرف .

خطوات تحرير النص الأخباري :

- التخطيط لتغطية الخبر (المتوقع – والمتابع) أما المفاجئ فلا يخطط له، ويتم ذلك من خلال تحديد محاور الخبر ونقاطه الرئيسية وجمع الخلفيات المتعلقة به من الأرشيف الإلكتروني .
- جمع المعلومات المتعلقة بالخبر من المصادر المختلفة البشرية والوثائقية ومن خلال الكم الهائل من المعلومات المتدفقة عبر شبكة الإنترنت .
- التقاط الصور الثابتة والمشاهد الحية المناسبة للخبر بواسطة المحرر والمصور الصحفي .
- مراجعة المادة الصحفية المكتوبة والمصورة، واستكمالها.
- تقييم المادة الصحفية المكتوبة والمصورة وتحيد مكانها داخل التصميم.
- تجهيز الرسوم التوضيحية والتعبيرية والساخرة التي سوف تصاحب الخبر أو تنشر بمفردها ولها علاقة بموضوع الخبر .
- اختيار البناء الفني للنص الصحفي أي تحديد شكل المادة الإخبارية المخطط لنشرها .
- التحرير النهائي للنص الصحفي .
- المراجعة النهائية للنص الصحفي ووضعه داخل التصميم .
- التقييم النهائي وتحديد توقيت النشر .

وتستمد الأخبار أهميتها من كونها تعبي عن واقع وثقافة وأحداث مجموعة يتقاسمون الاهتمامات الشخصية من خلال هذه الأخبار التي تتناسب في طريقة كتابتها مع الوسيلة الإعلامية التي تصدر من خلالها والأخبار بعضها أخبار داخلية وبعضها

أخبار خارجية وبعضها أخبار جادة أو أخبار خفيفة . وهناك عدة عوامل تساعد علي الانتباه للخبر وإدراكه وتذكره وهي :

١- عوامل التقديم

٢- عوامل السياق

٣- عوامل المستقبل (الجمهور)

٤- تأثير المصدر

ويمكن توضيح هذه العوامل فيما يلي شكل (٣) .

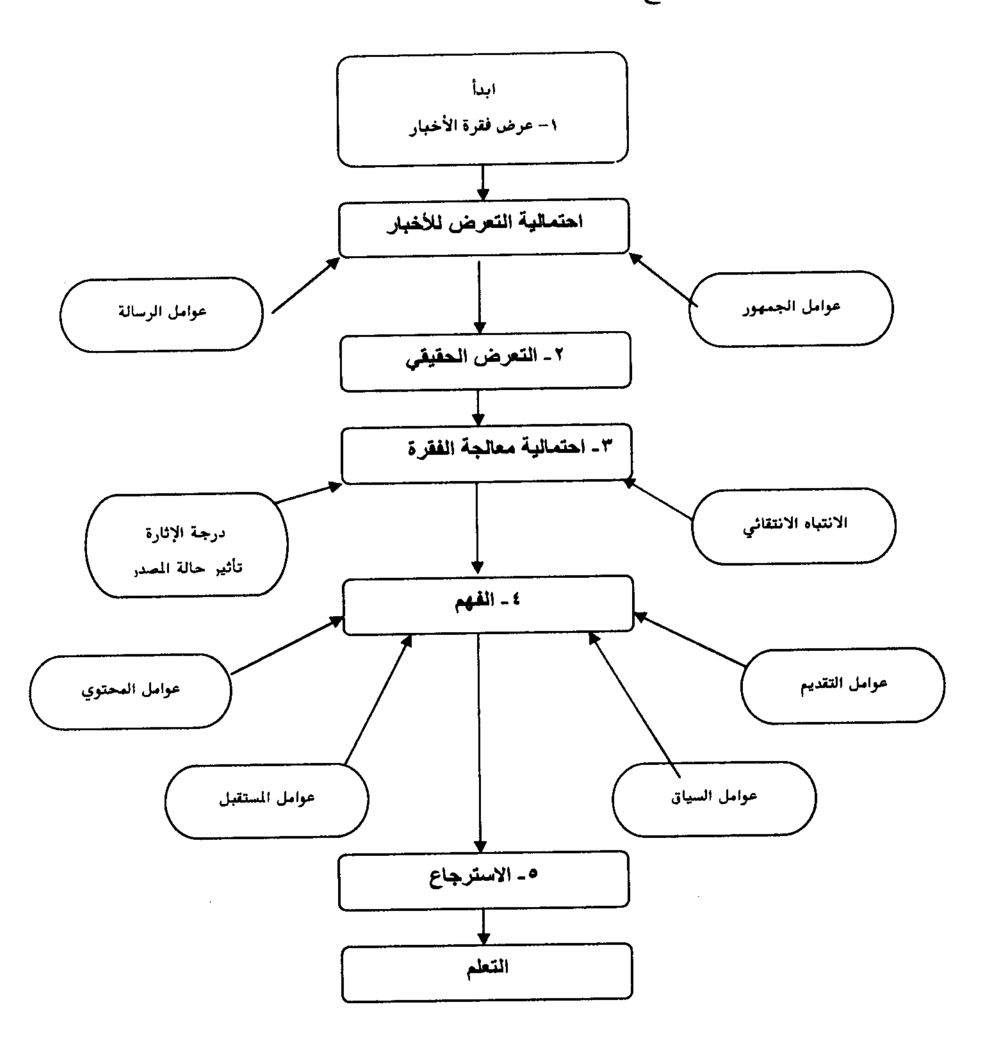
١- عوامل التقديم مثل : الوضوح والبساطة والتكرار .

وتشمل الكتابة الواضحة عدة مبادئ وهي :

- الجمل القصيرة
- تفضيل البسيط علي المعقد .
- تفضيل الكلمات الشائعة
- تجنب الكلمات غير الضرورية .
- استعمال أفعال توحي بالحركة
- الكتابة مثل الحديث .
- استعمال مصطلحات يستطيع القارئ إدراكها
- ربط المادة بخبرات القارئ .

- استعمال أكبر قدر من التنوع

- الكتابة للتعبير لا إعطاء الانطباع .



شكل (٣) نموذج التعلم من الأخبار

٢- عوامل المحتوي :

وتتضمن نوع الموضوع (خارجي - داخلي - سياسي - اقتصادي - معالجة متعمقة -

معالجة موضوعية إلي آخره)، حيث وجد الباحثون أن الموضوعات المادية والشخصية تكون أسهل في الفهم من الموضوعات الأخرى .

٣- عوامل السياق :

وتشتمل علي : العناوين – المقدمات – الصور والرسوم – الصوت – لقطات الفيديو – الموسيقي.

٤- عوامل الجمهور :

وتشتمل علي : المعرفة السابقة – التعليم – المستوي الاجتماعي – النوع – الاستخدامات والإشباعات – الحاجات والاهتمامات .

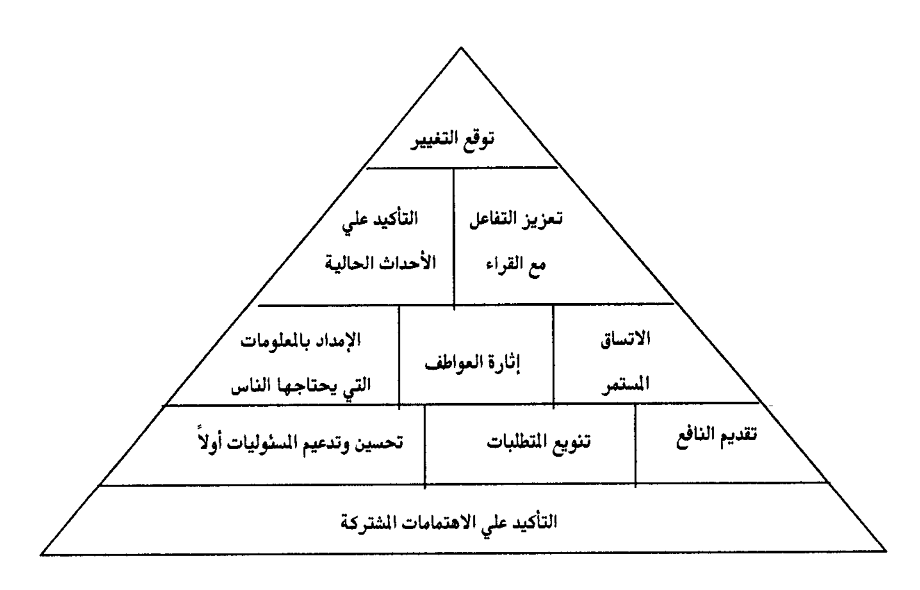
٥- تأثير المصدر :

فكلما ازدادت مصداقية المصدر لدي الجمهور أزداد انتباهه وإدراكه للمادة الصحفية.

ويجب أن تصاغ الأخبار في الصحيفة الإلكترونية بأسلوب يجذب المراهق إلي قراءتها ويبرز ما يتضمنه الخبر من قيمة وما يحتويه من عناصر الجذب بأسلوب صحفي واضح وبسيط يسهل فهم المراهق له، ويلتزم بالموضوعية والدقة، ويتجنب العناوين المتداخلة والتلاعب بالألفاظ والجمل والتعبيرات غير الواضحة والتكرار والتطويل والفقرات غير المنتظمة ونقص التفاصيل الهامة وخطأ الوصف والرجوع بالأحداث إلي الوراء ، والشكل رقم (٤) يوضح ما يجب أن يفعله المحرر لجذب القراء للأخبار، حيث أنه يجب أن يركز علي عدة نقاط حتى يمكنه اجتذاب القراء للأخبار وهي .

- توقع التغيير .

- تعزيز التفاعل مع القراء .
- التأكيد علي الأحداث الحالية .
- الاتساق المستمر .
- إثارة العواطف .
- الإمداد بالمعلومات التي يحتاجها الجمهور .
- تقديم المنافع .
- تنوع المتطلبات .
- تحسين وتدعيم المسئوليات أولاً .
- التأكيد علي الاهتمامات المشتركة .



شكل (٤) هرم الأخبار ويتضمن ما يعتقد المحررون أن يجذب انتباه القراء

- العوامل التي تؤثر علي انتباه الجمهور للأخبار :

وتوجد بعض المتغيرات أو العوامل التي تؤثر علي انتباه الجمهور للأخبار، منها ما يلي :

- البالغون هم أكثر انتباهاً للأخبار، أما القراء فإنهم يقبلون علي الطرائف والرياضة ونادرا ما يقرءون الأخبار .
- يتأثر الانتباه للأخبار بالدخل، فالقراء يعطون انتباها للأخبار أقل من الطبقات المتوسطة والغنية .
- ليس هناك متغير يظهر الانتباه للأخبار أكثر من التعليم، ويوضح ذلك أن هذا الفرد قوته دراسات عديدة في أقطار مختلفة .
- توضح البحوث أن الإناث أقل انتباها واهتماما بالأخبار من الرجال.
- العادات اليومية لها أيضا تأثير علي الانتباه للأخبار.
- هناك أيضا تأثير للوظيفة، فهناك أناس وظيفتهم تجعلهم يعطون انتباها أقل للأخبار كالعاملين علي السفن مثلا .
- يؤثر السكن والإقامة في الانتباه إلي الأخبار، فهناك أناس لا تتاح لهم الصحف نظرا لمكان إقامتهم .

٢- التقرير الصحفي :

التقرير هو الفن الذي يقدم في شكل موضوعي ومتوازن مجموعة من الوقائع والمعلومات ولآراء حول حدث أو قضية أو شخصية من الشخصيات أو أكثر من عنصر من هذه العناصر ويسمح لمحرره بالوصف أو التفسير أو فقرات التعليق والربط بين الأحداث والمواقف وردود الأفعال، ويكون عادة مصحوبا بالصور الموضوعية أو الشخصية أو

الرسومات التوضيحية أو البيانية أو المشاهد الحية الناطقة أو الصامتة .

ويمثل التقرير الصحفي الاتجاه الجديد في الصحافة نحو التفسير من خلال تقديم معلومات عن خلفيات الحدث والظروف المحيطة به والأشخاص الذين اشتركوا فيه، حيث يعتمد التقرير الناجح علي الجمع بين المادة الإخبارية الحديثة والمنظور التاريخي والرؤية التحليلية للكاتب .

ويتخذ التقرير الصحفي نفس خطوات تحرير النص الأخباري لتقاربهما من ناحية التحرير، وتتضح حاجة الجمهور إلي معرفة ما وراء الخبر والأسباب التي أدت إلي حدوثه، ويجب علي كاتب التقرير الصحفي أن يربط بين الحقائق التي يقدمها ويحللها، وأن يسير مع القارئ خطوة بخطوة، ولابد أن يحافظ علي خيط القصة متصلا غير مقطوع وواضح ومتسلسل، وألا يكتب عبارات عامة .

وإنما يجب أن تكون عباراته محددة بشكل دقيق حيث يقوم بناء التقرير الصحفي في الصحف الإلكترونية علي عدة عناصر هي :

- مقدمة عن الموضوع (الحدث) .
- الأحداث الحالية .
- الأحداث الماضية (الخلفية) .
- تفسيرات وتعليقات علي لسان الأشخاص المشتركين في الحدث .
- الوثائق المتاحة في موضوع التقرير .
- لقطات ومشاهد حية من قلب الأحداث .
- لقطات أرشيفية متعلقة بخلفيات الموضوع .

- نتائج الحدث أو الخلاصة .

ومن العوامل التي تساعد علي إدراك التقرير كما أشارت لها دراسة زيلمان وزملائه Zillman & et al. إلي أن إدراك التقارير يتأثر بشكل أساسي بالأمثلة الواردة فيها ونسبة هذه الأمثلة ويؤكد علي أنه يجب علي كتاب التقارير ألا يقتصروا علي الأرقام والمعلومات المجردة، وإنما يجب أن يدعموها بالأمثلة والشواهد والمشاهد الحية التي يتذكرها الجمهور بشكل أفضل من المعلومات الجافة.

وهناك عدة مداخل لكتابة التقارير الصحفية وبخاصة التقارير الإخبارية، وهذه المداخل هي :

- مدخل التركيز علي الفرد .
- المدخل الكرونولجي (التسلسلي) .
- مدخل السرد .
- مدخل ضمير المتكلم، حيث يتم سرد الوقائع علي لسان المحرر .

وأهم هذه المداخل هو: مدخل التركيز علي الفرد ويقوم علي التركيز علي شخص أو جهاز يكشف الحدث من خلاله ثم يفسره بعد ذلك بالتفصيل، وينطلق من رؤيته أن القارئ قد يستطيع فهم الظاهرة الكبري أو النظام المعقد أو الحدث الضخم إذا تم التركيز علي جانب أو شخص محسوس أو مجسد .

وهناك طرق عديدة تستهدفها هذه الصيغة للاحتفاظ باهتمام القارئ منها .

- إبراز الفرد والإشارة إليه داخل القصة .
- تزين المعلومات ببعض القصص والطرائف والأمثال .

- تدعيمه بالوسائط المتعددة اللازمة وبلقطات الحية والأرشيفية الخاصة بالصحيفة أو بالمواقع ذات الصلة .

ولابد من العناية بعنوان التقرير ومقدمته، وأن يكون العنوان معبراً عن محتواه كما ينبغي أن يكون التقرير مرتبطاً بالأحداث الجارية .

٣- التحقيق الصحفي :

يقوم التحقيق الصحفي علي معالجة فكرة أو خبر أو مشكلة أو قضية أو هواية ذات صلة بجمهور القراء في مجالات مختلفة من خلال تناول أبعادها التعرف بأسبابها وعواملها عن طريق المصادر المتعددة حيث يقوم المحرر بجمع مادة الموضوع من بيانات أو آراء وغيرها، ثم يزاوج بينها للوصول إلي الحل لعلاج القضية أو المشكلة أو الفكرة التي يطرحها التحقيق .

ويعتبر التحقيق الصحفي من أهم الفنون الصحفية لانه يبحث في الوقائع التي تهم جمهور القراء، وما يتبع ذلك غالبا من قضايا إلي جانب الطريقة الفنية في العرض والتي تجذب القراء، ويستهدف التحقيق غالبا إقناع القارئ بأهمية وخطورة القضية أو المشكلة أو الفكرة التي يطرحها أو الحل الذي يقدمه لهذه القضية، ولكي يقتنع القارئ بالتحقيق فانه يحتاج إلي الأسلوب البسيط العميق المعتمد علي الأبحاث والدراسات المستند للأرقام والإحصائيات والرسوم التوضيحية والصور الفوتوغرافية أكثر من أي فن صحفي أخر .

والتحقيق كفن قد يشتمل علي بقية الفنون الصحفية الأخرى كالخبر أو الحديث أو الرأي أو الاستفتاء أو البحث، بجانب انه كثيرا ما يستعين بالصور والرسوم الثابتة،أو الكاريكاتير، أو اللقطات الحية.

وأهم ما يقوم عليه التحقيق الصحفي هو البحث عن الحقيقة أينما كانت وعرضها في أسلوب فني نزيه، ويتميز التحقيق الصحفي بأن جمهور القراء يشعر أن له مندوبا يري ويسمع بالنيابة عنه ويسجل له ما هو في حاجة لمعرفته .

خطوات تحرير التحقيق الصحفي :

- اختيار فكرة النص (التحقيق) الصحفي وبلورتها.
- مراجعة الفكرة وتحديدها وإقرارها من المحرر المسئول.
- جمع الخلفيات والتفاصيل الخاصة بفكرة النص الصحفي من المعلومات مكتوبة ومرسومة ومصورة ومسموعة من قواعد البيانات أو الأرشيف الإلكتروني الخاص بالصحيفة أو بالمحرر .
- جمع المعلومات اللازمة للنص الصحفي بواسطة المحرر أو فريق العمل .
- التقاط الصور الثابتة والمتحركة وتجهيز الرسوم الثابتة والمتحركة المناسبة للنص الصحفي .
- المراجعة والاستكمال للمعلومات التي تم جمعها .
- تقييم المادة الصحفية وتحديد مدي صلاحيتها للنشر بواسطة المحرر المسئول.
- اختيار البناء الفني للنص الصحفي، أي اختيار الشكل الفني المناسب للنص الصحفي والقالب المناسب له .
- تحرير النص الصحفي .
- المراجعة الشاملة للنص الصحفي لغويا ومعلوماتياً وأسلوبياً (وقانونياً أحيانا)، واستكماله أو تعديله .

- التقييم النهائي وتحديد أولوية النشر .

ويمكن تحديد العوامل التي تساعد علي إدراك وتذكر التحقيق الصحفي فيما يلي :

أولاً : عوامل المحتوي وتشمل :

١- الفكرة الجديدة الجيدة :

فالفكرة الصحفية الناجحة والمبتكرة هي أساس النص الصحفي الجيد المقروء، لابد أن يتوافر فيها عامل التوقيت حتى تكذب انتباه القارئ، كما ينبغي أن تكون الفكرة مرتبطة بالأحداث اليومية التي يعيشها القراء في حياتهم .

٢- عرض الجانبين (المؤيد والمعرض) في التحقيق الصحفي :

فمما يساعد علي إدراك التحقيق الصحفي تقديم وجهتي النظر المؤيدة والمعارضة للقارئ وبيان الإيجابيات والسلبيات حتى تتحقق الموضوعية الصحفية وبخاصة التغطية الاستقصائية، فإنه يجب منح الرأي الأخر فرصة الرد علي الاتهامات الموجهة إليه، ومواجهة الأدلة التي يمكن أن تسوقها الصحيفة ضده .

وحينما تتيح الصحيفة المجال أمام أكثر من وجهة نظر متعارضة لكي تعرض نفسها أو توضح الموقف الذي تستند إليه فإنها بذلك تحقق مبدأ التوازن بين الآراء المختلفة .

فقد وجد الباحثون أن تقديم الحجج المؤيدة أو المعارضة أكثر فاعلية وأقدر علي التعبير لدي الفرد المتعلم، وحين يكون الجمهور مترددا فإن تقديم الجانبين أقوي أثرا، وفي المقابل يكون التركيز علي جانب واحد من الموضوع أكثر فاعلية في تغيير آراء الأفراد الأقل تعليما، أو الأفراد المؤيدين أساسا لوجهة النظر المعروضة في الرسالة، حيث

يصبح تأثير الرسالة تدعيما، كذلك فإن الرسالة التي تذكر جانبي الموضوع – المؤيد والمعرض– تكون أكثر قدرة علي تحصين الجمهور .

وبناء علي ما تقدم يمكن القول بأن تقديم الجانبين– المؤيد والمعارض– في التحقيق يزيد من فهم القراء بل ويعمل علي اقتناعهم بالحل الذي تطرحه الصحيفة.

وهكذا يتضح أن التحقيق الصحفي أحد الفنون الصحفية التي تناسب قارئاً معينا وهو القارئ الأفضل تعليما وثقافة والذي يستطيع أن يوازن بين الآراء ، حيث يتميز قارئ التحقيق بأنه واسع الثقافة والاطلاع وذو مستوي اقتصادي وتعليمي متوسط أو مرتفع .

٣- تحقيق المعالم The Feature :

من التحقيقات التي يقبل عليها القراء ، ما يعرف بتحقيق المعالم وهي القصص الإنسانية أو الحكايات التي تكتب للتسلية، حيث يظهر الكاتب الأحداث والتعليقات علي لسان الأشخاص وعادة ما يبدأ هذا التحقيق بحكاية نادرة أو حادثة توضح نقطة القصة أو تمدنا بذروة الحدث ونهايته، وتوجد عدة قواعد لكتابة تحقيق المعالم ينبغي مراعاتها عند الكتابة للقارئين في الصحف الإلكترونية ومنها :

- أظهر الناس وهم يفعلون الأشياء .
- دع الناس يتحدثون .
- دع الأحداث تحكي بالتفصيل .
- احتفظ بالتفاصيل نابضة وحيوية .
- لابد أن يكون الموضوع شيقاً وهذا يتحقق عندما تتحرك القصة بسرعة .

- الاقتباسات نابضة الحيوية .

- الشخصية متفاعلة .

- القصة ذات المصدر الواحد غير القصة ذات المصادر المتعددة .

- احتفظ بحماس القارئ حتى نهاية الموضوع، وهذا يعني أن القصة تتصف بالدراما والصراع والإثارة والعاطفة .

وتشمل تحقيقات المعالم التحقيقات الوصفية التي تصف أحداثاً يشترك فيها الجمهور كالأعياد أو المهرجانات، والتحقيقات التاريخية التي تهتم بالمناسبات وكيف يقضيها الناس، وتهدف هذه التحقيقات إلي أن تمدنا بمعلومات معينة عن : الجو – التكلفة – الأحداث الخاصة .

ثانياً : عوامل التقديم والسياق :

١ – الصورة الصحفية :

تلعب الصورة الصحفية دوراً كبيرا في فهم التحقيق الصحفي أكثر من أي فن آخر، وأضافت الصحيفة الإلكترونية بعداً أخر للصورة الصحفية بوجودها علي شبكة الإنترنت، فلم تعتمد علي الصورة الثابتة كما في الصحف المطبوعة بل أضافت الصور والرسو المتحركة الناطقة والصامتة .

حيث يمكن تقسيم التحقيق إلي نوعيين أساسيين :

أ- التحقيق المصور : والذي يعتمد في عرض موضوعه علي المادة المصورة وتأتي بعد ذلك الكلمة أو المتن كعامل مساعد .

ب- التحقيق الصحفي الطويل المفصل : الذي يعتمد علي الكلمة في الأساس والصورة كعامل مساعد، ومن خلال الصورة الصحفية التي تنشر مع التحقيق يمكن إبراز الجوانب الإيجابية والسلبية للموضوعات المختلفة والتأكيد علي معاني ورموز معينة يريد القائم بالاتصال توصيلها إلي الجمهور .

٢- المقارنة بين الأرقام والإحصائيات :

إحدي الطرق التي تساعد علي الفهم والاسترجاع هي المقارنة بين الأرقام والإحصائيات وماذا تعني هذه الأرقام بالنسبة للقارئ، وهناك بعض الإرشادات لكتابة الأرقام لكي تناسب فئة القراء في صحافتهم الإلكترونية منها :

- أذكر مصادر الإحصائيات (حينما يكون لها تأثير فعال).
- استخدام الأرقام بحكمة .
- تأكد من صحة الأرقام .
- الأرقام الطويلة تكون صعبة القراءة حينما توضح في شكل عبارات، والأفضل أن توضح في شكل رسم أو خريطة أو جدول .
- استخدام الدقة في الأرقام .

٣- عناوين التحقيق :

عنوان التحقيق يجذب انتباه القارئ إليه ويرفع درجة حب الاستطلاع لديه، ولأهمية العنوان في التحقيق فإنه غالبا ما يشتمل علي عدة عناوين: (العنوان الرئيسي – العنوان الفرعي – الثانوي).

وإذا كان العنوان الرئيسي يوضح طبيعة التحقيق ويلخص محتواه للقارئ فإن عناوين الفقرات أو الفرعية تقوم بالوظائف التالية :

- تدفع القارئ إلي مزيد من الاهتمام بصلب التحقيق .
- تعمل علي التقليل من جفاف مادة بعض التحقيقات .
- تساعد القارئ علي العودة مرة أخري إلي قراءة ما تبقي له من فقرات التحقيق الصحفي في حالة عدم توفر الوقت اللازم لقراءته .

وتختلف عناوين التحقيق تبعاً للغرض الذي تكتب من أجله ولطبيعة التحقيق الذي تعبر عنه، فهناك العنوان الوصفي والمجازي والاستفهامي والمقارن وغيرهم، وكل منهم له وظيفته المحدودة والتي تناسب الموضوع الذي يعبر عنه العنوان .

٤- المقدمة :

تعتبر المقدمة أحد الهاديات الرئيسية في التحقيق والتي تتعاون مع العنوان والصورة في توضيح طبيعة الموضوع للقارئ وجذب انتباهه لقراءته، ويمكن تقسيم مقدمات التحقيق إلي عدة أنواع:

١- المقدمة الملخصة .

٢- مقدمة الملامح البارزة .

٣- مقدمة القصة النادرة .

٤- مقدمة الاقتباس .

٥- مقدمة التساؤل .

٦- مقدمة التباين .

٥- استخدام الأدلة والبراهين في التحقيق :

مما يزيد الاقتناع بموضوع التحقيق استخدام الأدلة والبراهين والشواهد التي تؤيد ما تقوله المصادر، واستخدام الأدلة مرتبط بموضوع التحقيق فهناك موضوعات تحتاج إلي أدلة وبراهين كتحقيقات الفساد واختلاس المال العام، وهناك تحقيقات لا تحتاج إلي أدلة وشواهد كتحقيقات التسلية .

وحتى يتم اقتناع القارئ بأدلة التحقيق لابد أن تكون واضحة وأن يصاحبها تقديم قوي ومصداقية من جانب المصدر، فقد توصلت دراسات استخدام الأدلة في الرسائل الإعلامية إلي ما يلي :

١- التقديم الضعيف للرسائل يقلل من قيمة الأدلة المستخدمة .

٢- استخدام الأدلة المألوفة يقلل من قيمتها .

٣- استخدام الأدلة مع المتلقين الأكثر ذكاءاً وتعليما يكون ذا فاعلية أكثر .

٤- يتأثر استخدام الدليل بصورة القائم بالاتصال لدي المتلقي، وإدراكه لمصداقيته، فكلما كانت درجة مصداقية القائم بالاتصال عالية، كلما قل ذلك من الحاجة إلي استخدام الأدلة .

٥- الأدلة التي تقوم علي حقائق محدودة أكثر فاعلية من التي تقوم علي حقائق غير محددة .

وعند ترتيب الأدلة داخل التحقيق يمكن الاسترشاد بمبادئ نظريات التعلم، ف بناء التحقيق وذلك بوضع أقوي البراهين والحجج في البداية وبخاصة التحقيقات التي تشتمل علي قضايا جدلية أو تناول إقناع الجمهور بفكرة جديدة أو قضية شائكة .

٦- تنظيم أجزاء التحقيق:

تشير الدراسات إلي أن تنظيم الرسالة له أهمية كبيرة في الفهم وعدم تنظيم الرسالة يمكن أن يهدم التأثير ويجعل الرسالة غير مفهومة .

وتأسيسا علي ذلك فإنه يجب تنظيم أجزاء التحقيق(العنوان- المقدمة- الموضوع ويشمل: القضية والأسباب والحل أو الخاتمة)، ولابد أن يرتبط كل جزء بالآخر بحيث يصبح التحقيق في النهاية بناء متكاملاً تساعد كل فقرة فيه علي فهم التحقيق كله .

فمن الأمور المهمة التي تساعد قارئ التحقيق علي مواصلة القراء حتى نهايته: ضرورة وجود علاقات وروابط وتلازم بين المقدمة والخاتمة في المادة الصحفية علي اختلاف أنواعها، وأهمية مراعاة ذلك عند الصياغة الصحفية، فمن حسن الصياغة أن ترتبط المقدمة بالخاتمة لئلا يكون بينهما انفكاك يفسد الغرض الذي من أجله تكتب المقدمات والخواتيم لتسهيل الفهم والاستيعاب لدي القراء .

٧- تحديد أهداف ونتائج التحقيق بوضوح وصراحة :

من المهم أن يحدد المحرر للقارئ أهم النتائج التي توصل إليها من خلال الموضوع، فقد أثبتت البحوث أن الصراحة والوضوح أكثر تأثيرا علي الجمهور من الغموض والضمنية، وخصوصا الأفكار والقضايا غير المألوفة وحينما توجه الرسالة إلي جمهور أقل تعليما فإنه يفضل عرض النتائج بشكل واضح ومحدد .

ثالثا: عوامل المصدر: وتتمثل في مصادر التحقيق :

اختيار مصادر ذات درجة عالية من الثقة والصدق لدي القارئ يجعل الجمهور يقتنع بالآراء التي تطرحها هذه المصادر، وتنوع مصادر التحقيق تلعب دوراً أساسياً في توجيه

الفكرة داخل النص، حيث يكون التحقيق الصحفي مجالا لعرض الأفكار المختلفة لهذه المصادر حول المشكلة أو الموضوع المطروح، وتتمثل أهمية المحرر الكفء في إدارة هذه الأفكار داخل التحقيق بشكل معين في إطار خطة معالجته للمشكلة أو القضية، فمن الواضح أن فكرة التحقيق الصحفي تكتسب لدي المحرر خصوصية معينة تأتي من المعالجة الصحفية المتميزة التي يقوم بها عند تنفيذ الفكرة والتي يمكن أن تفرق بين التحقيق الذي قام به والتحقيقات التي يقوم بها زملاؤه حول الفكرة .

رابعاً : عوامل الجمهور :

يقبل الجمهور علي التحقيق الصحفي لأنهم يحتاجون إلي تفسير الأنباء والأخبار ومعرفة أبعادها الاجتماعية، ويتميز التحقيق عن الفنون الأخرى بأنه يقدم للقارئ الحلول للمشاكل اليومية والمرتبطة بحاجاته واهتماماته .

ويختلف تفضيل الجمهور لأنواع التحقيقات تبعاً للخصائص الديموجرافية المختلفة، علي سبيل المثال: فإن فئة القراء تفضل التحقيقات المصورة، وذلك لأن القراء يتسمون بعدم العمق .

وقد توصلت الدراسات إلي أن القراء في مرحلة المراهقة المبكرة أكثر تفضيلا للمواد الترفيهية والفكاهية والمضمون المصور والصور الكارتونية، وتصل قراءة الفكاهة أعلي مداها في سن المراهقة ويبدأ بعد ذلك الانخفاض تدريجياً، ومع تقدم العمر يزيد اهتمام الفرد بالمواد الجادة والشئون العامة .

٤- الحديث الصحفي :

الحديث الصحفي كفن يقوم علي الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات يهدف الحصول علي أخبار أو معلومات جديدة أو شرح وجهة نظر ذات صلة بالمراهق،

أو بتصوير جوانب طريفة في حياة هذه الشخصية، وينقسم الحديث إلي: حديث إخباري، يهتم بالحصول علي أخبار أو بيانات جديدة عن بعض الوقائع والأحداث، وحديث للرأي، ويهتم بآراء الشخص الذي يجري معه الحديث حول قضية أو واقعة في محيط اهتمامات المراهق، كما ينقسم إلي: حديث المعلومات، وحديث الجماعات، وحديث المؤتمرات، وحديث الحفلات، وحديث التسلية .

والحديث الصحفي يستهوي القراء لما فيه من ذاتية تشعر المراهق بأنه ليس أمام حقائق مجردة أو مادة جافة، بل يجد نفسه أمام إنسان يبادله الحوار فالكلمة التي ترد علي لسان شخصية تعطي حياة للموضوع لأنها توحي بأن الشخصية التي أجري معها الحديث تتحدث مع كل قارئ بشكل منفرد، وتجعل القارئ يراه وهو يتكلم، كما أن الأحاديث الصحفية تجري عادة مع شخصيات لها قيمتها، فالآراء التي تقدمها هذه الشخصيات غاليا ما يكون لها قيمتها ووزنها عند القارئ .

وخاصة إذا دعمت هذه الآراء بمشاهد ولقطات من حياة الشخصية موضع الحديث تبرز وتوضح جوانب من جوانب شخصيته وزوايا جديدة لم يكن يعلم القارئ شيئا عنها من قبل، وهو ما لا تستطيع نقله الصحيفة المطبوعة بالكلمة فقط، وأما الصحيفة الإلكترونية تستطيع نقل الحديث بالصورة المتحركة والصوت والكلمة، وبهذا تضيف الصحف الإلكترونية بعداً جديداً للحديث الصحفي .

ومن المهم أن يختار الصحفي الشخصية التي سيتحاور معها من الشخصيات التي يشعر بأهميتها لدي جمهور القراء، وعلي الصحفي ألا يجعل المقابلة بينه وبين شخصية الحديث شيئا روتينيا بل يجب أن يشعر أن المقابلة بينه وبين كل شخص جديد تعتبر شيئا جديدا وموضوعا جديدا بالنسبة له وللجمهور.

ويمكن تحديد العوامل التي تساعد علي إدراك وتذكر الحديث الصحفي فيما يلي :

١ - عوامل المصدر :

وتتمثل في اختيار الشخصية، حيث يجب أن تتوفر لدي شخصية المتحدث المصداقية عند الجمهور، حتى يثقوا فيما يدلي به من آراء، فالقراء يتأثر إدراكهم بالصورة الذهنية المتكونة لديهم عن المتحدث، وتحديد الشخصية يعتمد علي الهدف من المقابلة، ونوع الموضوع الذي يعالجه الصحفي، فالمقابلة التي تهدف للحصول علي المعلومات والأخبار تحتاج إلي شخصية معينة لديها معلومات جديدة وموثقة عن الموضوع والقراء عادة يصبحون جزءا من الأخبار لأسباب عديدة :

- لأن وظائفهم مهمة .
- لأنهم يحققون شيئا مهما للجمهور مثل : المشاهير والرياضيين، فالقارئ يستمتع بأدائهم .
- لأنهم أدينوا في جريمة كبري .
- لأنهم شاهدوا شيئا مهما يحدث أمامهم .
- لأن شيئا مهما حدث لهم (شخص نجا من سقوط طائرة) .
- شخص حصل علي جائزة كبري
- أنه يمثل اتجاها قومياً .

٢ - عوامل المحتوي : وتتمثل في :

- اختيار موضوع المقابلة: يجب أن يعتني الصحفي باختيار الموضوع المرتبط بالأحداث المحلية أو العالمية، وأن يرتبط هذا الاختيار بقضايا أو مشاكل تهم القراء أو تمس

مصالح أكبر عدد ممكن من جمهور القراء، ومن عوامل جذب القراء للحديث اختيار جوانب وزوايا لم تسبق معالجتها في موضوعات صحفية، مما يجعل الحديث يشكل إضافة للقارئ لا تكرار لم سبق أن تناولته صحف أخري، وحتى يحصل الصحفي علي موضوع جيد يقبل عليه القراء، فلابد أن يستعد استعدادا جيد للمقابلة، وذلك بجمع المعلومات المتاحة عن شخصية المتحدث، وموضوع الحديث، وهذا يتطلب البحث في الأرشيف الصحفي الإلكتروني .

- وهناك نوع معين من الأحاديث يستهوي القراء أكثر من غيرة، وهي أحاديث الشخصية لأنها عبارة عن دراما مصغرة ومزيج من الوصف من خلال الكلمات والأصوات والصور والمشاهد والأحداث التي تعيشها وتدلي بها الشخصية .

- كما أن القراء يقبلون علي أحاديث الشخصية، فأنهم ينجذبون لشكل أخر من أشكال الحديث وهو ما يطلق عليه المواجهة أو الرأي والرأي الأخر والذي يتضمن أسئلة وإجابات لشخصيتين مختلفتين في الفكر أو الاتجاه أو الآراء ، وبخاصة المسائل الحساسة والقضايا الشائكة، إذ يجب القراء معرفة مدي صدق حجة كل منهم وقوة براهينه وأدلته في مواجهة الأخر .

- علي الصحفي أن يستخدم طريقة السؤال والجواب في الحوار في حالة ما إذا كان يخشي إساءة الفهم أو التفسير لبعض التصريحات التي تدلي بها بعض الشخصيات إذا ما صاغها بأسلوبه الخاص، وذلك في حالة الأحاديث التي تجري مع رؤساء الدول والقادة .

٣- عوامل الجمهور :

يرجع إقبال القراء علي الأحاديث الصحفية عموما وأحاديث الشخصية خصوصا

إلي طبيعة النفس البشرية للقارئ وحبها للاطلاع علي أحوال الغير ومعرفة الأسرار، والأحاديث الصحفية تشبع هذا الميل أشباعاً كبيرا، فغريزة حب الاستطلاع تدفع المراهق إلي الرغبة في معرفة المزيد عن الآراء الخاصة للشخصيات البارة في المجتمع ، كما أن بعض الشخصيات يعتبرها المراهق نموذجا وقدوة ومثالا يحتذي به، وبالتالي التعرف علي أسباب نجاح هذه الشخصية، وكيف وصلت لهذه المكانة العظيمة.

ولابد أن نشير هنا إلي اختلاف القراء في تفضيلهم للشخصيات، وذلك تبعا لاختلاف خصائصهم واهتماماتهم المتنوعة وحاجاتهم المختلفة .

٤- عوامل السياق وتتمثل في :

أ- عنوان الحديث :

عنوان الحديث يجذب الانتباه إليه ويوضح طبيعته ويركز علي الفكرة الرئيسية في الموضوع كما أنه يلخص موضوع الحديث للقارئ ومن خلال العنوان يحدد القارئ ما إذا كان سيقرأ الموضوع أم لا .

أنواع العناوين :

(١) عنوان الجملة المقتبسة :

فالاقتباس من كلام المتحدث يجذب انتباه القارئ وبخاصة عندما يركز الاقتباس علي نقطة معينة أو يبرزها، أو يعرض الاقتباس نص رأي خبير مسئول أو وجهة نظره، أو كان الاقتباس ينفي اتهام خطير موجه لشخصية المتحدث، ومن الدراسات التي أوضحت تأثير الاقتباس علي استرجاع المعلومات دراسة واين وجاي، بعنوان «استرجاع المعلومات

من أربعة عناصر بين قراء الصحف من القراء الصغار» والعناصر الأربعة هي:(الاقتباس- نصوص القصة – الفهارس – الصور) وأجريت الدراسة علي ٢٤٠ طالبا من طلاب المدارس وتوصلت إلي ما يلي :

كان المبحوثين قادرين علي استرجاع المعلومات من خلال الاقتباسات لأنها كانت مكررة في مكانين، فقد استرجعها القراء بشكل أفضل من العناصر الأخرى ، ويشير الباحثان إلي أن المحررين يستخدمون الاقتباسات، لأن الاقتباس مهم ويعطي هاديات للقارئ ويجعل الموضوع سهلا في التذكر .

(٢) العنوان المباشر أو العنوان الخطابي :

وهو العنوان الذي يخاطب القارئ مباشرة ويسمي بعنوان الجملة التوجيهية المباشرة، وهذا النوع يقوم علي أساس التوجيه المباشر، وشرح أسلوب العمل الذي ينبغي اتخاذه والطريق الذي ينبغي أن يسير فيه القارئ .

(٣) العنوان الوصفي :

وهو العنوان الذي يميل إلي التبسيط، ويكون الهدف منه تصوير أو وصف حالة أو فكرة أو التعبير عن موقف معين بحيث يأتي علي لسان المتحدث .

ب- المقدمة :

مقدمة الحديث هي العنصر الثاني بعد العنوان، والذي يسهل للقارئ فهم الحديث وقراءته ومشاهدته، وينبغي علي المحرر أن يكتب مقدمة عن المتحدث تعرف القارئ به، فالقارئ دائما يجب أن يعرف من هو المتكلم، ولماذا تستحق عبارته الاقتباس، ومن

المهم أن يشير الصحفي إلي مناسبة المقابلة، ولماذا تمت مقابلة هذه الشخصية دون غيرها، كما أن المقدمة يمكن لأن تلخص موضوع الحديث وتركز علي النقاط الأساسية فيه . وتعتبر خطوات تحرير الحديث الصحفي هي نفس الخطوات المتبعة عند تحرير التحقيق الصحفي لتشابههما كمواد تتعلق بالتفسير والاستقصاء .

الحملات الصحفية :

الحملة الصحفية ليست فنا من فنون الكتابة، ولكنها عبارة عن مضمون أو محتوي في قالب تحريري(خبر – مقال – تحقيق ..الخ) وهي توظف وفقا لخطة موضوعة إثارة قضية أو لعرض موضوع أو لإبداء رأي أو للرد علي موقف اتخذته جماعة ما .

يهاجم(مستهدف) سواء كان شخصا أو قضية أو مشكلة ويتحقق من خلال هذا المضمون أو المحتوي مفاجأة الخصم (المستهدف) بالحقائق التي تعتمد علي الوثائق والمستندات، وذلك لتحقيق هدف مباشر وهو إرباك الخصم، وهو غير مباشر وهو التأثير السريع علي المتلقي في محاولة لكسب تأييده تجاه مضمون الحملة وكل ذلك من أجل إنجاح الحملة في تحقيق غرضها وهو حل المشكلة، والحملة الصحفية أثناء نشرها تحاول خلق صراع بين طرفين، الطرف الأول وهو المتلقي(جمهور القراء) أو مستقبل الحملة، والطرف الثاني وهو المستهدف من الحملة الصحفية، والصحيفة الإلكترونية يمكن أن تضيف بعدا للحملات الصحفية وهو تدعيمها بالرسوم المتحركة ولقطات الفيديو والصور الثابتة لإنجاح الحملة.

٥- المقال الصحفي :

يعتبر المقال الصحفي هو البناء الأساسي لأي صحيفة وهو عمل عدد من الأشخاص لا

شخص واحد سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، لهذا تحرص الصحف علي أن يكون لها اجتماع يومي لمناقشة المواد المعروضة ومناقشة طريقة إخراجها ومكانها وعناوينها وأبناطها، ويتناول الاجتماع المقال الصحفي، والافتتاحي نظرا لمدي أهميته .

ويقوم المقال علي طرح فكرة جيدة أو رؤية خاصة لموقف من مواقف الحياة يتصل بالمراهق، أو يعرض لمشكلة أو قضية أو حدث في بيئة المراهق بما يكشف أبعدها ومعانيها ويساعد علي تكوين وجهة نظر تجاهها .

ويعد المقال من الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالرأي وهي أحدي وسائل الصحيفة في التأثير علي قرائها، وفي التعبير عن وجهة نظرها تجاه القضايا المختلفة، وفي إتاحة الفرصة للقراء القراء وكبار الكتاب والمحررين والمتخصصين لعرض آرائهم العامة أو التي تتعلق بقضايا عالجتها الصحيفة، وتتلخص خطوات تحرير المقال الصحفي في الخطوات التالية :

١- تحديد فكرة النص الصحفي .

٢- جمع المعلومات اللازمة كخلفيات لهذا النص مكتوبة ومسموعة ومصورة ومرسومة.

٣- جمع المعلومات الحالية أو الراهنة .

٤- اختيار البناء الفني للنص الصحفي، أي نوعية المقال ونمطه الفني .

٥- تحرير المقال .

٦- المراجعة اللغوية والأسلوبية والمعلوماتية والقانونية أحيانا .

٧- الاستكمال وإعادة الصياغة في بعض الأحيان إلا بالنسبة لكبار الكتاب المتمرسين.

٨- التقييم النهائي وتحديد موعد النشر .

ويمكن توضيح العوامل التي تساعد علي انتباه القراء لفن المقال الصحفي وإدراكه وتذكره فيما يلي :

أولاً: عوامل القائم بالاتصال (الكاتب).

عند الحديث عن كاتب المقال يمكننا الاستفادة من ما وصلت إليه بحوث الإقناع من عدة خصائص يجب أن تتوفر في القائم بالاتصال وأهمها .

١- مصداقية الكاتب:

تعتمد المصداقية علي عنصرين رئيسين هما الخبرة وزيادة الثقة، فالشخص الخبير هو الذي يملك المعلومات الصادقة والحقيقية عن الموضوع، ويشير عنصر الثقة إلي إدراك المتلقي عن القائم بالاتصال بأنه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي وبدون تحيز .

ومصداقية كاتب المقال (وجهة نظر القارئ في الكاتب) والحكم الذي يصدره القارئ علي الكاتب استنادا إلي الثقة والخبرة، يمكن أن تؤثر في فهم القارئ لكنها قد لا تؤثر في تذكر المقال .

٢- جاذبية الكاتب:

حيث أن القراء ينجذبون للأشخاص الذين يتشابهون معهم ويتأثرون بهم أكثر من غيرهم، وهناك عنصران أساسيان للكشف عن التشابه بين القائم بالاتصال والمتلقي:

العنصر الأول: التشابه الديموجرافي، والتشابه الفكري أو العقائدي:

فالجمهور ينجذبون لمصادر الاتصال التي تشترك معهم في الخصائص الديموجرافية مثل: العمر – التعليم – الوظيفة – الدين – الجنس – مكان الإقامة، وهذا ما جعل جمهور القراء ينجذبون إلي الصحف الإلكترونية التي تتيح للقارئين الكتابة والتعبير عن آراءهم في بعض الأبواب المخصصة لذلك حتى يتمكنوا من التأثير في غيرهم من جمهور القراء لتقاربهم معا في الخصائص الديموجرافية المختلفة .

والعنصر الثاني : هو التشابه الفكري:

فنحن ننجذب للعناصر التي تتشابه معنا في الاتجاهات الآراء ، فالإنسان يميل إلي تبجيل وتقدير الآراء والمعتقدات التي توافق آراءه ومعتقداته، كما يميل إلي تقدير الأشخاص الذين يتفقون مع أفكارهم، ويزيد هذا التقدير بزيادة التوافق ويتناقص بنقصانه.

ثانيا : عوامل التقديم : وتشتمل علي أربع عناصر أساسية تتمثل في :

١- تنظيم أجزاء المقال:

المقال عبارة عن رسالة اتصالية يتم تقديمها للقارئ،لذلك يجب تنظمها حتى يحتفظ بها القراء وبموادها، فالرسالة المنظمة يكون فهمها أوضح وأفضل من الرسالة غير المنظمة، وهناك عدد من النماذج التي يمكن أن يستخدمها كاتب المقال لتقديم الرسالة فيما يلي :

أ - نموذج الزمان : حيث يعرض الكاتب الموضوع من الناحية التاريخية وهو ما يعبر عنه بالمدخل التسلسلي (الترتيب الزمني)، ويتم فيه ترتيب الأحداث علي حسب وقوعها.

ب - نموذج المكان : ويتم تنظيم الرسالة جغرافياً .

ج - النظام الاستدلالي : وفيه ينتقل الكاتب من مجموعة من المفاهيم العامة إلي مواد

واقتراحات أكثر تخصصا.

د - **النظام الاستقرائي** : وفيه يدع الكاتب المراهق يستنتج الهدف من المقال حيث يعطي الكاتب القارئ عدة أمثلة ويترك النتيجة غير واضحة، ولا تستخدم هذه الطريقة إلا حينما يكون الجمهور قادرا علي تحديد النتيجة بوضوح، وذلك حتى لا يصل الجمهور إلي نتيجة عكس ما يريد الكاتب، ففي كثير من الأحوال يجب أن يتضمن التنظيم الاستقرائي النتيجة بشكل واضح .

هـ- التنظيم النفسي ،ويتضمن عدة خطوات في عرض المقال :

- جذب انتباه القارئ
- بيان حاجته لموضوع المقال .
- الإقناع
- التصور
- ماذا يجب علي الجمهور أن يفعله .

و – **نموذج المشكلة والحل :** حيث يبدأ الكاتب في توضيح المشكلة ثم ينتقل إلي مناقشة الحلول .

ز- نموذج تولمن : ويشمل خطوات ثلاثة .

- البرهان : ويحتوي علي المعلومات- الملاحظات – الآراء الشخصية – بعض المواد المناسبة.
- الادعاء : وهي العبارة التي يرغب القائم بالاتصال في تصديق الناس لها .
- التبرير : وهي العبارة التي تربط بين البرهان والادعاء والتي توضح منطقيا الأسباب التي تدعو إليها النتيجة .

كما أن هناك عدة مداخل أخري يمكن أن يستخدمها الكاتب في تنظيم أجزاء المقال :

ح- الساعة الرملية : وهي المقالة التي تبدأ بطريقة الهرم المقلوب ثم تنتقل إلي التسلسلي أو القصة.

ط- السؤال والإجابة .

ي- التقسيم إلي أجزاء مستقلة .

ك- المقارنة والتناقض .

ل- التصنيف .

م- وحدة البناء : وهي التي تبدأ بأبسط العناصر وتنتهي بأكثر العناصر تعقيدا .

٢- عنوان المقال ومقدمته :

عنوان المقال ومقدمته عاملان أساسيان في جذب انتباه المراهق وتيسر فهم الموضوع عليه، والمقدمة الناجحة يجب أن تتوافر فيها ثلاثة شروط :

أ- أن تكون قصيرة .

ب- تخبر القارئ بالموضوع في السطر الأول .

ج- تعطي القارئ إشارة أو تلميحا بما يأتي بعدها .

وهناك عدة أنواع من المقدمات التي يمكن أن يستخدمها الكاتب: المقدمة الخبرية – الوصف – الفكاهة – الملخصة – السياقية (التي تركز علي خلفية الموضوع) – العبارة المدهشة – السؤال – الاقتباس – الفكرة الجديدة – التحديد أو التعريف – الفلسفة وتدعو القارئ للتفكير في الموضوع .

٣- استخدام الرسوم الساخرة مع المقال :

تتيح الصحيفة الإلكترونية استخدام الرسوم بكافة أنواعها الثابتة والمتحركة في نقل

الفكرة إلي القراء والتي قد تصاحب المقال ولا تقتصر علي الرسوم اليدوية، وعن طريق الرسوم يعبر الكاتب عن وجهة نظرة بالحروف والكلمات مع استخدام الرسوم لإضفاء روح المرح والسخرية للمقال .

٤- العمود الصحفي :

قبل التعرض لهذا النوع من المقال يجب الإشارة إلي أن الصحيفة الإلكترونية علي شبكة الإنترنت لا تعتمد علي الأعمدة مثل الصحف المطبوعة، بل تعتمد علي الفضاء الذي تتيحه الشاشة، لكن الباحثة استخدمت مصطلح العمود الصحفي نظرا لشيوع هذا المصطلح بين المتخصصين .

والعمود الصحفي: هو أحد أنواع المقال التي يشتد ارتباط القارئ بها نظرا لأن كاتب العمود يتحدث إلي القارئ كصديق، ويكفل له ذلك علاقة أوثق بالصديق القارئ، وإذا كانت الافتتاحيات تتعامل مع الموضوعات المهمة في الأخبار فإن الأعمدة تتراوح بين التأملات والميول، وتعطي القارئ تنوعا في أسلوب يندر أن يوجد في الافتتاحيات .

وكتابة العمود الصحفي يتطلب من كاتبه مراعاة بعض المبادئ حتى يجذب القراء:

- استخدم الفكاهة .
- عبر عن أفكارك الخاصة ودع القراء يعرفون أنك تشاركهم في اهتمامهم وسعادتهم وحزنهم .
- أجعل المقال يدل عليك .
- كن مبدعا وحاول ذلك من خلال الكلمات والمعاني والجمل والفقرات .
- استخدم الأسماء المحددة والأماكن .

- استخدم عناصر درامية .
- استخدم أساليب الحكاية والأسطورة فإن الوصف يمكن أن يعيد المناظر ويحدد خطوط القصة .

ثالثاً : عوامل الموضوع :

هناك موضوعات معينة يقبل عليها القراء أكثر من غيرها وهي التي تدور حول :

- رغباتهم وحاجاتهم .
- الاهتمامات الإنسانية .
- المنافسة .
- الجدل .
- الأشياء غير المعروفة .
- الفكاهة .
- الصراع .
- التقدم (أخر ما توصل إليه العلم) .

٦- الماجريات :

وهو يتناول ما يحدث في جلسات الهيئات ذات الصلة بالمصالح العليا للدول، والتي تهتم بجمهور القراء بمعني أنها تقوم بالكتابة عن الهيئات والمنظمات أو المجالس التي ترعي مصالح هذه الفئة من الجمهور ويختلف التحقيق الصحفي عن الماجريات حين يكتسب صفة من صفات الخبر وهي صفة الحالية، إذا ينبغي علي كاتب الماجريات أن يلاحظ أن الموضوع الذي يكتبه يهم غالبية جمهور القراء، وتتنوع أشكال الماجريات فهي: مجريات قضائية – مجريات دبلوماسية – مجريات القوي الشعبية أو النيابية- مجريات دولية.

ويعد هذا الفن من الفنون الصحفية التي اتخذت أهمية خاصة في الصحف الإلكترونية

لما تقدمه لجمهور القراء من خدمات ومعلومات حول ما يجري من شئون داخلية وخارجية تتعلق بمصالحهم وتدخل في صميم حياتهم اليومية .

٧- الكاريكاتير:

يعد الكاريكاتير فنا من الفنون التحريرية الهامة في الصحيفة الإلكترونية فله القدرة علي توصيل المعلومة في شكل فكاهي ساخر، فهو رسم تعبيري يميل إلي السخرية من وضع أو حدث ما، ويعتمد علي فكرة تبرز الحدث، وترجع أهمية هذا الفن التحريري إلي كونه يبين أهمية المشكلة والسخرية منها قد تؤدي إلي الحل كما انه يساعد علي تكوين رأي عام ويعد مادة ترفيهية تخفف من جدية الصحيفة ويقوم بإبراز المواهب الفنية لدي القراء كما تناقش من خلاله قضايا هامة في المجتمع .

ويشكل الكاريكاتير مكونا مهما من مادة الرأي في الصحيفة عامة، ومكونا أساسيا من مكونات صفحة الرأي بها ويملك قدرة علي إعطاء تأثيرات جمالية وفكاهية للأخبار والموضوعات التي تصاحبها أو تعبر عنها، وتلعب الصورة الكاريكاتيرية دورا بارزا في النقد وهي تعكس شخصية الفنان الذي يقدم فكرتها ورسمها وكلاهما فهي في مجموعها مقال قصير يحمل في طياته فكرة ما يعيشها الرسام ويقدمها إلي القارئ في خطوط معبرة ثم يضيف إليها كلمات قليلة جدا ولكنها كلمات لاذعة .

ويلعب الكاريكاتير دورا هاما في صحيفة القراء الإلكترونية الناجحة ذلك لأنه يلفت أنظار القراء إلي أي موضوع هام أكثر مما يفعله المقال الناجح وكذلك فإن دوره في الحملات الصحفية يعتبر أساسا بل يرجع نجاح بعض هذه الحملات إلي ما قام به الكاريكاتير أو الرسم الساخر ف جذب أفكار القراء والمسئولين إلي ما تهدف إليه هذه الحملات الصحفية .

والكاريكاتير عملية اتصالية متكاملة لها هدف محدد، وهو إحداث التأثير في المتلقي في خمسة جوانب :

١- تثبيت بعض الصور الكامنة لدي المتلقي أو العكس .

٢- تعديل الاتجاه السلوكي لدي المتلقين .

٣- إثارة المتلقي وتهييجه .

٤- التنفيس بحيث لا يتكون لدي المتلقي تراكم في تراث الرفض لظاهرة سياسية أو مجتمعية معينة .

٥- إثارة الرغبة في الضحك والسخرية .

ويستهدف الكاريكاتير مردودا محددا يتمثل في رجع الصدي الذي قد يؤدي إلي التصاق الرمز بالمقصود أو الترديد الجماعي للنكتة، وهو عبارة عن رسم ساخر ناقد يغالي في إبراز العيوب ويقوم علي تشويه الخصائص الملامحية أو كوميديا الموقف أو اللفظ ويضم ضمن وسائل تعبيره شرائط الشرائح الفكاهية والنحت الساخر، والكاريكاتير مرتبط بظاهرتي الضحك والفكاهة علي المستوي الفلسفي والنفسي، ويرتبط شعوريا بالإدراك والترويع والوجدان وهو تعبير عن الألم الإنساني يقوم علي الانتقاص الأخر أو مواساته ويحدد أهدافه التي يسخر منها، وإن لم توجد فأنه مجال يسخر فيه الإنسان من بني جنسه ومن عجزه.

ويحاول رسام الكاريكاتير تحقيق الوظائف الآتية :

١- يجعل القراء يفكرون،لا أن يغير أفكارهم .

٢- يدير حوار بين القراء .

٣- يبسط أي قضية إلي الحد الذي يصبح فيه أسلوب الرسالة مفهوما بهدف الحصول علي موافقة أو رفض الجمهور .

ولابد أن يكون الرسم مبسطا حتى يفهمه المراهق، وان يكتب الرسام تعليقا تحت الرسم يوضح يعبر عنه، وتتضح الخصائص الإدراكية للكاريكاتير في أنه يتكون من:

- نسق غير لغوي : ويمثله الجانب التشكيلي في الرسم بكل مكوناته وأبعاده .
- نسق لغوي : ويمثله جملة من الأقوال اللغوية (الأقوال اللغوية، التعليق أو الحوار اللغوي) المرافق للنسق الأول .

ومما يزيد من انفعالية الكاريكاتير استمداد الحوار من الموروث الديني أو التراث الشعبي، وتتعدد أنواع الكاريكاتير، فهناك الكاريكاتير الاجتماعي الذي يستمد أفكاره ومضامينه من الواقع الاجتماعي، كما يوجد الكاريكاتير الرياضي والفني وغير ذلك .

ولعل أخطر أنواع الكاريكاتير هي : الكاريكاتير السياسي والذي يعبر عن الموقف السياسي الحالي من خلال الرسم فقط، أو الرسم والحوار، القضايا المحلية والعالمية، ويزدهر إبان تفجر التناقضات السياسية ووصولها إلي درجة الغليان .

وتتضح وظيفة الكاريكاتير السياسي في تصوير الواقع السياسي بأسلوب هجائي ساخر وبدرجة عالية من المهارة والتعبير الفني مما يعمل علي التحريض السياسي للمتلقين .

ويتضمن ذلك مستوين الأول : يخاطب المعرف الفكرية والآراء، والثاني : يخاطب الشعور، والتفاعل بين المستوين هو الذي يحدد في النهاية مدي قدرته علي القيام بوظيفته التعبيرية والتحريضية .

٨- القصة الصحفية :

هي القصة التي تبني علي خبر صحفي ويشعر الصحفي أنه من الممكن أن يكتب عنها موضوعا جذابا يكون له أثر كبير في اجتذاب جمهور القراء ويبذل في كتابتها مجهودا صحفيا وتحتاج أن يكتبها الصحفي الذي يتمتع بالإحساس الصحفي، ويستطيع أن يتنبأ بالأحداث أحيانا ويستعين بكل الوسائل التي تعينه علي أن يكتب القصة الخبرية في وقتها ومكانها إن أمكن .

وهناك بعض الآراء المختلفة في أشكال الفنون التحريرية التي سوف تتناولها الصحيفة الإلكترونية، حيث يري البعض أن هذا الاختلاف سيتمثل في حيوية الخبر والمعلومة ويستدعي العمل علي تحديث الأخبار أو بأول، ومعالجة المضمون معالجة مختلفة تتواكب مع اتساع الجمهور (الجمهور العالمي) كذلك الاعتماد علي مصادر لها طابع دولي والحرص علي ترجمة ما ينشر بالعربية إلي الإنجليزية، والاهتمام بالخلفيات نظرا لاختفاء مشكلة المساحة في الصحافة الإلكترونية والاستفادة من التطورات الحديثة في الإخراج والاستعانة بالصوت والصورة في معالجة الأحداث مع الحرص علي تقديم معلومات أكثر دقة حتى ترتفع مصداقية الصحف الإلكترونية العربية .

أما البعض الأخرى فيرون عدم وجود اختلاف في المعالجة الصحفية للفنون التحريرية للصحافة الإلكترونية بسب اعتقادهم أن السياسة التحريرية هي المسئولة عن التغيير في المعالجة الصحفية وليست تقنية سواء كانت مطبوعة أو إلكترونية. حيث أن الصحف المصرية التي لها مواقع علي الإنترنت تنقل نفس النسخة المطبوعة مع الاختصار أحيانا ومع انتقاء المقالات أحيانا أخري والصحف المصرية مازالت تركز علي وجهة نظر الإدارة أكثر من اهتمامها باحتياجات الجمهور ولم تسعي حتى الآن لفهم خصوصية الجمهور العربي والمصري علي وجهة الخصوص .

وحول ما إذا كانت هناك فنون صحفية بعينها جديدة أو قديمة سوف تقتصر عليها الصحافة الإلكترونية نفي ٨١,٩٪ من الصحفيين في العينة أن يكون هناك فنونا صحفية بعينها تستخدما الصحافة الإلكترونية، ورأى ١٨,٥ من العينة أن الصحافة الإلكترونية سوف تطور من استخدام الأرشيف والمراجع العلمية والتأصيل التاريخي للأحداث، وستتوسع في إجراء الاستفتاءات الداخلية والخارجية وفكرة تحديث الأخبار أول بأول، وعمل تغطية صحفية بالتقنيات الحديثة مثل الصوت والصورة المتحركة (استخدام الفيديو).

ومما سبق يتضح أن أشكال الفنون الصحفية في الصحيفة الإلكترونية لا تختلف عن فنون الصحيفة المطبوعة اختلافات جوهرية، حيث تمثلت الاختلافات في البعد الذي أضافته التقنية الجديدة من خلال استغلالها لإمكانيات الوسائط المتعددة والفائقة والنص الفائق، وتوظيفها للصوت والصورة بداخل فنونها المتعددة، حيث أضافت هذه المعالجات للفنون حيوية وإثارة وجذبا أكثر للجمهور، بالإضافة إلي زيادة حجم المعلومات التي تتناولها الصحيفة الإلكترونية.

وكذلك إمكانية الوصول إلي المعلومات من مصادرها الأساسية، وتنوع مصادر الموضوعات الصحفية وزيادة المعلومات المتخصصة في مختلف المجالات أضافت أبعد تحليلية جديدة للأحداث وأضفت صيغة عالمية علي بعض القضايا التي تناقشها الصحيفة، مما يمكن القارئ من روية أفضل للأوضاع في العالم، حيث أنها تتسم بالدقة والموضوعية عن نظيرتها المطبوعة .



الفصل الثالث

بنية الصحف الإلكترونية علي شبكة الإنترنت

- العناصر البنائية للصحف الالكترونية على شبكة الانترنت

  العناصر التيبوغرافية

  العناصر الجرافيكية

  العناصر التكنولوجية

- تصميم صفحة الاستقبال للصحيفة الالكترونية
- التخطيط لإصدار صحيفة الكترونية
- متطلبات إنتاج بنية الصحف الإلكترونية على الإنترنت

بنية الصحف الإلكترونية علي شبكة الإنترنت

يتناول هذا الفصل ثلاث موضوعات رئيسية فيبدأ بعرض العناصر البنائية للصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت مفصلا للعناصر التيبوغرافية ، والعناصر الجرافيكية ، والعناصر التكنولوجية ثم ينتقل إلى الموضوع الثاني: وهو كيفية التخطيط لإصدار صحيفة إلكترونية على شبكة الإنترنت ، وأخير: عرض متطلبات تصميم بنية الصحيفة الإلكترونية على الشبكة .

العناصر البنائية للصحف الإلكترونية علي الإنترنت

يقصد بالعناصر البنائية للصحف الإلكترونية، مجموعة العناصر التي تتكون منها الصحيفة علي شبكة الإنترنت ويمكن تقسيمها إلي ثلاثة عناصر :

- تيبوغرافية : وتشمل النصوص المكتوبة والفواصل والإطارات .
- جرافيكية: وتشمل الألوان والصور والرسومات الثابتة ، وهذه العناصر قد تشترك في بعض مبادئها ومعايير تصميمها مع الصحف الورقية المطبوعة .
- تكنولوجية : وتشمل الرسومات والصور المتحركة والصوت والنص الفائق والوسائط الفائقة .

وفيما يلي عرض للمعايير والمواصفات التي يجب مراعاتها عند تصميم الصحيفة الإلكترونية علي الإنترنت بالنسبة لكل عنصر .

- العناصر التيبوغرافية :

يقصد بالعناصر التيبوغرافية، كل ما تحتويه الصحيفة من بيانات مكتوبة تعرض علي

شاشة الكمبيوتر لقارئ الصحيفة أثناء تفاعله معها، وهذه العناصر هي القالب الشكلي الذي يحمل المضمون إلي القارئ ويساعده في نقل الأفكار، ولأهمية هذه العناصر فقد تعرضت الأدبيات والبحوث إلي وضع القواعد والمعايير المرتبطة بها، وذلك للوصول إلي درجة عالية من يسر القراءة .

١- النصوص المكتوبة :

تعد الحروف واختيار الخطوط لكتابة نصوص الموضوعات في الصحف الإلكترونية من العوامل الهامة لجذب انتباه قارئ الصحيفة ومعونته علي الاستفادة مما تقدمه إليه، وقد تعرضت عديد من الدراسات والأدبيات لأسس عرض النص علي شاشة الكمبيوتر وقدمت خطوط إرشادية لعرض النصوص المكتوبة

من حيث شكل الحروف وحجمها وطرق تميزها والفراغ بين الكلمات والسطور، وفيما يلي عرض للمعايير المرتبطة بالنصوص المكتوبة كعنصر من عناصر تصميم الصحيفة الإلكترونية .

- شكل الحرف :

يشير شكل الحرف إلي الطريقة التي يظهر بها الحرف علي شاشة الكمبيوتر، ويتأثر شكل الحرف بنوع الخط (الفونت) المستخدم، ويعد اختيار نوع الخط من أهم العوامل التي تؤثر في يسر قراءة حروف النص مما يتطلب مراعاة :

- البساطة في التصميم بحيث يبدو الحرف وكأنه طبيعي غير متميز في شكله، حتي يتمكن القارئ من مواصلة القراءة فترة طويلة من الوقت دون إرهاق بصري بالتقليل من الخطوط المزخرفة .

- استخدام الخطوط المألوفة، وتجنب الخطوط غير التقليدية أو المزخرفة في كتابة كتل النص داخل موضوعات الصحيفة .
- تجريب نوع الخط علي عينة من المستفيدين قبل الموافقة علي استخدامه في كتابة موضوعات الصحيفة للتأكد من انقرائيته .
- تجنب المبالغة في تميز النص أو استخدام أكثر من وسيلة تميز بشكل متجاور لأن ذلك يؤدي إلي تشتت القارئ، علي سبيل المثال لا يجب استخدام حروف كلمات ذات أرف سوداء Bold بجانب كلمات، مائلة وأخري تحتها خط في نفس السطر.
- استخدام أنواع متعددة من أشكال الحروف لكسر الرتابة وتجديد نشاط القارئ بنوع جديد من الحروف بشرط عدم المبالغة .
- تأكيد أهمية بعض الأخبار والموضوعات الصحفية الصغيرة باستخدام الحروف المائلة في كتابة أجزاء منها لتحقيق نوع من التباين في شكل الحرف مع الحروف المعتدلة الموجودة في نفس الشاشة.
- استخدام الحروف المائلة في كتابة بعض المقدمات للموضوعات الطويلة أو بعض الفقرات المهمة داخل الموضوع الواحد أو في كتابة الأسئلة في الأحاديث الصحفية وبعض الأخبار القصيرة التي تتمتع بأهمية خاصة لدي الصحيفة وبعض العناوين الفرعية، وأسماء الكتاب والمحررين وتعليقات بعض الصور، حيث لا تستغرق وقت في قراءتها مما يجعلها لا تسبب إرهاق لعين القارئ.
- استخدام الحروف المائلة Italic جهة اليمين: وهي التي تظهر فيها الخطوط الرأسية من أعلي اليمين إلي أسفل اليسار وهذا يتفق مع المسري الطبيعي للعين العربية من اليمين إلي اليسار أثناء القراءة، وتجنب الكتابة بالحروف المائلة جهة اليسار والتي تظهر فيها الخطوط الرأسية من أعلي اليسار إلي أسفل اليمين لأنها

أكثر إرهاقا لعين القارئ من الحروف المائلة جهة اليمين .

- اختيار نوع الخط المناسب للموضوع بحيث يجعل الشكل معبراً عن المضمون كاختيار الخط الكوفي للموضوعات الإسلامية .

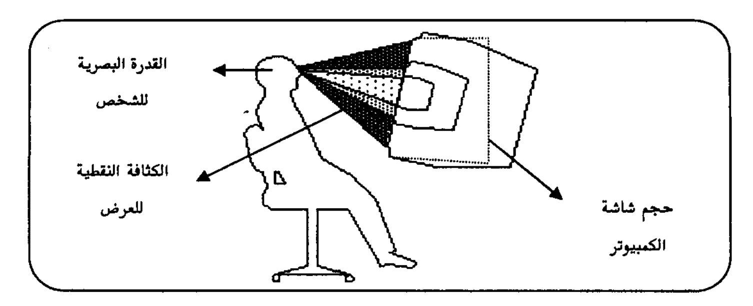
- تحقيق نوع من التباين داخل الصحيفة بحيث لا يشعر القارئ أو المتصفح بالملل من مطالعة الصحيفة، عن طريق الاستفادة من التقدم التكنولوجي الذي يحظي به برامج الكتابة في الكمبيوتر في استخدام الخطوط التوكيدية مثل الحروف المائلة Italic والحروف التي تحتها خط Underline والحروف التي يتوسطها خط ~~Sample~~ والحروف المرتفعة Sample والحروف المنخفضة Sample .

- العمل علي زيادة قيمة التباين بين الخط والخلفية باختيار خلفيات مناسبة وهادئة لكتل النصوص .

- اختيار الخط المناسب للعرض علي شاشة الكمبيوتر وتعد خطوط True Type مناسبة للعرض والطباعة معا في نظام نوافذ مايكروسوفت ، لان بعض الخطوط تطبع بشكل جميل ومقروء علي الورق إلا أن شكلها علي شاشة الكمبيوتر لا يكون بنفس الجودة .

- حجم الحروف (ارتفاع الحرف) :

يقاس حجم الخط بالبنط ويبدأ القياس من أعلي جزء في الزوائد العلوية إلي أدني جزء من الزوائد السفلية، بالإضافة إلي جزء يسير من الفراغ يترك في أعلي الزوائد العلوية وآخر مماثل في أسفل الزوائد السفلية ويدخلان في حجم الحرف كي لا تصدم السطور بعضها ببعض، ويتأثر التحديد الأمثل للخط بعده عوامل منها حجم شاشة الكمبيوتر، والكثافة النقطية للعرض، والقدرات البصرية لدي المستخدم، شـكل(٥)



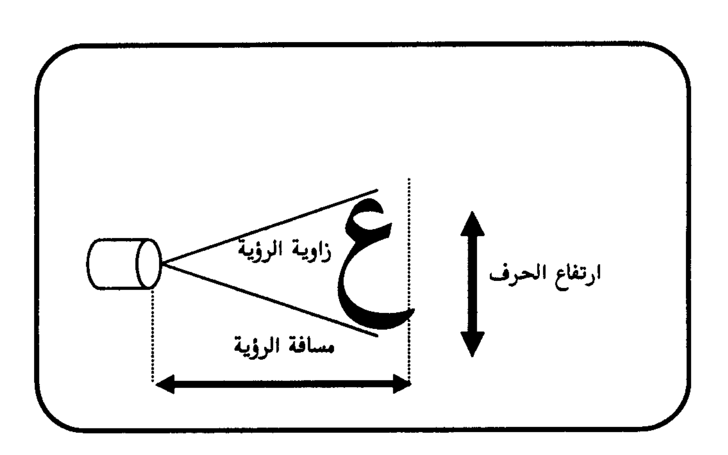
شكل (٥) العوامل التي تؤثر في التحديد الأمثل لحجم الحرف

وبشكل عام كلما زادت الكثافة النقطية للشاشة Pixel كلما صغر حجم الخط، لذا يجب علي المصمم أن يحدد بالضبط كثافة العرض المثلي، ومن ثم استخدام حجم الخط المناسب، ويوضح الجدول التالي العلاقة بين حجم الشاشة وكثافة العرض في شاشات الكمبيوتر القاسية المتوافقة مع IBM .

جدول (٥) العلاقة بين حجم الشاشة وكثافة العرض في شاشات الكمبيوتر

الكثافة الحجم	٦٤٠X٤٨٠	٨٠٠X٦٠٠	١٠٢٤X٧٦٨	١٢٨٠X١٠٢٤	١٦٠٠X١٢٠٠
١٤ بوصة	الأمثل	جيد	متوسط	قراءة غير ممكنة	قراءة غير ممكنة
١٥ بوصة	جيد	جيد	الأمثل	قراءة صعبة	قراءة غير ممكنة
١٧ بوصة	متوسط	جيد	الأمثل	متوسط	قراءة صعبة
١٩ بوصة	متوسط	متوسط	جيد	الأمثل	متوسط
٢١ بوصة	قراءة صعبة	متوسط	جيد	الأمثل	جيد

ولحساب الحجم الأمثل للحرف، حدد المعهد الوطني الأمريكي للمعايير الانسي ANSI المعادلة التالية لحساب ارتفاع الحرف، حجم الحرف (الارتفاع) = ثابت (٠,٠١٧٤٥) × مسافة الرؤية × زاوية الرؤية .



وتوجد عدة أنماط (أحجام) للحروف يمكن التحكم بها لابراز معناها بشكل مرئي، إذ يستطيع المصصم التحكم بحجم الكتابة للتركيز علي فكرة أو ابرازها أو العناوين الرئيسية والفرعية وعند اختيار حجم الحروف يجب مراعاة:

- استخدام أحجام حروف مختلفة في كتابة كتل النصوص والعناوين وتعليقات الصور للتميز وإضفاء نوع من التباين داخل الموضوع الواحد .
- شاشة الكمبيوتر ليست كصفحة الجريدة، لذلك يجب أن تحتوي علي قدر أقل من النص وتكتب ببنط أكبر حيث أن مقدار وضوح شاشة الكمبيوتر تقل عن مقدار وضوح الجريدة .
- تجريب حجم الخط علي عينة من المستفيدين قبل الموافقة علي استخدامه في كتابة موضوعات الصحيفة الإلكترونية للتأكد من إنقرائيه .

- استخدام أحجام الحروف الصغيرة في كتابة حروف المتن واستخدام أحجام الحروف الكبيرة في كتابة حروف العناوين، وهذا لايمنع استخدام أحجام كبيرة في كتابة حروف المتن .
- أخذ سن المستفيدين الذين تتوجه اليهم الصحيفة في الاعتبار، بحيث إذا كانوا من كبار السن فيجب استخدام بنط ١٤ في كتابة النصوص، بنط ١٦-١٨ في كتابة العناوين، ويفضل استخدام حروف أكبر مع صغار السن، وأظهرت دراسة (فوزي خلاف) أن أنسب حجم لكتابة الخطوط هو بنط ١٤ ، وبنط ١٨ لكتابة عناوين الموضوعات .
- استخدام حجم بنط أكبر لتأكيد قيمة الموضوعات التأثيرية علي القراء كاستخدام حجم ١٦ في كتابة بعض الأخبار الصغيرة ومقترحات بعض الموضوعات وبخاصة التحقيقات المثيرة والطويلة أو الأخبار الرئيسية وكذلك في التميز بين الاجزاء المختلفة داخل الموضوع الواحد، واستخدام بنط ٢٠ في كتابة العناوين الرئيسية والفرعية، وذلك لإضفاء نوع من التباين علي حروف المتن لكسر الرتابة وجذب انتباه القارئ .

- الفراغ حول الحروف .

ويشمل الفراغ بين الكلمات والسطور والفقرات وحول العناوين الرئيسية والفرعية، ويعد ترك قدر مناسب من الفراغ بصفة عامة في كل المواضع السابقة من العوامل المهمة التي تؤثر في يسر القراءة ووضوح حروف النص، علي الرغم من كون الضيقة بين الحروف أفضل من التوسيع بينها لأنها تساعد علا رؤية عدد أكبر من الكلمات في النظرة الواحدة مما يساعد في الاسراع بعملية الإدراك الكلي والقراءة .

ومن جهة أخري فإن توسيع الفراغات بين الكلمات من شأنه خلق انهار واسعة من الفراغ

متخذ اتجاهاً رأسيا بين الكلمات من شأنه إعاقة الحركة الافقية للعين في أثناء عملية القراءة، يضاف إلي ذلك أن المسافات الكبيرة من الفراغ بين الكلمات تبطيء من عملية القراءة، حيث تتم قراءة كل كلمة بمفردها بدلاً من قراءتها علي غيرها من الكلمات .

وتتجة بعض الصحف الإلكترونية علي الإنترنت إلي المبالغة في استخدام الفراغ حول الكلمات وبخاصة في حالة كتابتها ببنط كبير وبحروف ثقيلة Bold مما يجعل نسبة الفراغ حولها مبالغ فيها، وقد حدد التيبوغرافيون النسبة المناسبة من الفراغ بحيث تصل إلي ثلث حجم بنط الخط المستخدم في الكتابة، فإذا كان الحجم المستخدم في الكتابة مثلاً ٩ بنط، فيجب ترك فراغ بين الكلمات يصل إلي ثلاثة ابناط، وفيما يلي عرض لبعض المعايير التي ينبغي مراعاتها لتحقيق عنصر الفراغ حول الحروف ومنها:

- تجنب استخدام الفقرات الطويلة Paragraphs واستبدالها بعبارات تلغرافية مختصرة، حيث وجد أن استخدام الفقرات المطولة يجهـد القارئ ويصيبة بالملل.

- استخدام سطور قصيرة في الفقرات، حيث وجد من خلال البحوث التجريبية أن السطور القصيرة تتطلب حركة عين أقل في القراءة، وقد أشارت بعض البحوث إلي أنه ينبغي ألا يتعدي السطر ٦٠٪ من عرض الإطار بحيث يبلغ طول السطر ٨٠ حرفا أو بين ١٠ إلي ١٢ كلمة للسطر الواحد أو أقل حسب الارطار .

- وضع العبارات المرتبطة ببعض متقاربة علي الشاشة .

- استخدام تباعد كبير بين الاسطر لتصبح القراءة أسهل عي المستفيدين، وتجنب الاسراف في ذلك لان من شأنه تفتيت وحدة عرض الموضوع .

- ترك مسافة بين السطور بواقع سطر ونصف، وبين العناوين والمتن بواقع سطرين.
- محاذاة النصوص للمحافظة علي قابليتة للقراءة والمحاذاة قد تكون للمين أو اليسار أو التوسيط، والضبط التام شكل (٦) .

محاذاة النصوص خطوة هامة للمحافظة علي قابليته للقراءة	محاذاة النصوص خطوة هامة للمحافظة علي قابليته للقراءة	محاذاة النصوص خطوة هامة للمحافظة علي قابليته للقراءة	محــاذاة النــصوص خطوة هامة للمحافظة علي قابليته للقراءة

شكل (٦) أنواع محاذاة النصوص

ومن المعايير الهامة إلي ينبغي مراعاتها عند كتابة النصوص المكتوبة للمواد التحريرية من حيت الكلمات والعبارات ما يلي :

- الحرص علي وضوح المعني: بعكس الجرائد المطبوعة فالمتصفح للصحيفة الإلكترونية عن طريق شاشة الكمبيوتر ليس لدية الوقت الذي يفقده في التفكير في معاني الكلمات أو إحضار قاموس لفهم معني عبارة معينة .
- تجنب استخدام أكثر من نوعين من الخطوط في الإطار الواحد .
- تجنب استخدام أكثر من ثلاثة أحجام من الخطوط في الإطار الواحد .
- تجنب استخدام أكثر من ثلاثة وسائل تميز في الإطار الواحد .
- الجمع بين النص والصورة علي نفس الإطار، يصبح ضروريا في الحالات التالية:
  - كون النص جزءاً من الرسم كما في الرسومات البيانية .
  - كون النص موضحاً لمحتوي الرسم كما في الخرائط، فالصورة قد تساوي آلاف

الكلمات ولكن بقليل من الكلمات في مكانها الصحيح قد تضاعف من تأثير الصورة، فبدون الكتابة علي محاور الرسم البياني يصعب فهمه، لذلك يجب أن يكون النص مجاوراً للرسم، وقد يكون الرسم في نفس الكتلة، وفي الحالات التي تحتاج إلي شروح مطولة فإنه يفضل أن يركز النص علي العناصر الأساسية مع إضافة شروح مسموعة .

- إذا كان النص هو الأساس والرسم عنصراً مساعداً .

- وتضيف « نجوي عبد السلام» مجموعة من الأسس التي يعتمد عليها بناء الكتلة النصية تتمثل في :

- التفتيت لوحدات صغيرة .
- التوافق بحيث يتم وضع المعلومات المرتبطة بالفكرة الرئيسية فقط .
- الشكل الموحد بحيث يجب استخدام كلمات وعناوين وأشكال وترتيب ومنطق متشابه للمعلومات المرتبطة بنفس الموضوع .
- العنوان القابل للنقر، فكل كتلة نصية أو مجموعة كتل متعاقبة ومترابطة يكون لها عنوان، ويتم الإشارة إلي العنوان التالي في آخر الكتلة .

- كتابة الجمل بصورة مباشرة وصحيحة ومراعاة الجمل القصيرة .
- عدم استخدام الكلمات الزائدة عن الحاجة .
- تجنب الكلمات الطويلة طالما توجد بدائل متاحة .
- تجنب الكلمات معقدة المعني طالما توجد بدائل لكلمات بسيطة مشابهة متاحة .
- استخدم الكلمات بواقعية عن المجردة وعن الغامضة المعني .

- استخدم الكلمات المحددة عن استخدام الكلمات العامة .
- إعطاء الكلمات معانيها السليمة والصحيحة .
- أساليب تمييز الكلمات والجمل .

الوظيفة الأساسية للتميز هي تميز عنصر في الشاشة عن باقي العناصر لتوجيه انتباه القارئ إليه، لذا نستخدم أساليب التمييز فقط عندما نريد وضع عنصر في بؤرة الاهتمام ومن أساليب التمييز ما يلي :

- استخدام الأحرف المائلة (Italic) .
- استخدام الخط الداكن (Bold) .
- استخدام الوميض (Blink) ، ويعني به تغير معدل استضاءة عبارة معينة بشكل نابض.
- استخدام خط تحت العبارة أو الكلمة الهامة (Underline)
- استخدام الأقواس ﴿ ﴾، □ □، « »، ( ) .
- استخدام التظليل بوضع ظل خلف العبارة الهامة .الله أكبر
- عكس الألوان، ككتابة نص أبيض علي خلفية سوداء .
- وضع العبارات العامة داخل صندوق يميزها عن باقي عناصر النص.
- استخدام التحديد بخط خارجي .
- وجود فترة توقف قبل ظهور العبارة Pause Before يؤدي إلي تركيز الاهتمام نحوها.
- استخدام منبهات صوتية مصاحبة لظهور النص يؤدي إلي جذب اهتمام

القارئ نحو النص، ويستخدم هذا الأسلوب علي وجه الخصوص مع العبارات التحذيرية.

٢- الفواصل والإطارات (××):

تستخدم الصحف الإلكترونية الموجودة علي الإنترنت عديد من الفواصل والإطارات للفصل بين الأخبار والموضوعات، ومن هذه الفواصل ما هو تقليدي كاستخدام الصور للفصل بين الموضوعات، ومنها ما هو تكنولوجي غير أن الإنترنت كوسيلة اتصال تتميز بالإخراج الرأسي Vertical layout ووسائل الفصل عادة ما تكون أفقية Horizontal ، وفي حالة عرض موضوعات متقاربة أو للفصل بين القائمة والموضوعات المعروضة تستخدم الصحف الإلكترونية الخطوط الراسية للفصل بين الموضوعات وتستخدم بعض الصحف الإلكترونية الإطارات Frames للفصل بين الصفحات .

وتوصل عديد من الباحثين إلي ما ينبغي مراعاته من معايير عند استخدام الفواصل والإطارات داخل الصحف الإلكترونية ومنها ما يلي :

- استخدام الفواصل داخل الصحيفة الإلكترونية لتحديد علاقات الاتصال أو الانفصال .
- استخدام الفواصل والإطارات لتنظيم عملية القراءة بحيث لا تختلط عين القارئ بين المواد المتجاورة علي المستويين الأفقي والرأسي .
- الاتزان في توزيع الفواصل والإطارات داخل الشاشة .
- استخدام الأشكال الحديثة من وسائل الفصل كالفصل بالبياض أو الصور أو

(××) يستخدم مصطلح إطار كمرادف لمصطلح الشاشة واستخدم الكتاب مصطلح الإطار حتي لا يختلط مسمي الشاشة Screen بمسمي آخر هو Monitor.

العناوين أو الأرضيات أو الألوان وصور الإعلانات والرسومات المتحركة ولقطات الفيديو لإضفاء قيمة جمالية للصحيفة.

- اختيار ألوان الفواصل والإطارات بحيث تحقق التباين مع عناصر الإطار أو الموضوع وتناسب الجمهور المستهدف .
- استخدام الزخارف البسيطة في الفواصل لإضفاء نوع من الجمال .
- يفضل استخدام اللون الأزرق للفواصل والإطارات .
- إمكانية تغيير الإطارات مع بقاء بعض العناصر الأساسية وشريط التجوال .

- العناصر الجرافيكية :

إن عملية «يسر القراءة» Readability عند ارتباطها بالإخراج الصحفي فإنها تشير إلي الخاصية التي تتمتع بها حروف المتن والتي تتضمن أقصي قدر من السهولة وراحة العين أثناء عملية القراءة، وهي غير «الانقرائية اللغوية» أي يسر القراءة الذي يتجه البناء اللفظي والتركيب الأسلوبي للنص الصحفي .

أما عملية «وضوح الرؤية» Legibility عند ارتباطها بالإخراج الصحفي فإنها تشير إلي الخاصية التي تتمتع بها حروف العناوين والتي تساعد علي سرعة التقاط الحروف ووضوحها وما يرتبط بها من حجم الحرف وشكل الحرف وغيرها من العناصر التي تتحكم في وضوح الرؤية .

بينما تشير «الانقرائية الجرافيكية» إلي الخاصية التي تتمتع بها الألوان والصور والرسومات وما يرتبط بها من وضوح وقدرة علي توصيل الرسالة الإعلامية إلي القارئ من خلال اختيار الألوان والصور والرسومات الصالحة للنشر، ومن هنا جاءت الحاجة

إلي محاولة التعرف علي المعايير التي ينبغي مراعاتها عند اختيار وتصميم العناصر الجرافيكية لتحقيق عملية الانقرائية الخاصة بالصحف الإلكترونية .

١-الألوان :

اللون أحد العناصر الجرافيكية الهامة في واجهة الصحيفة الإلكترونية مع القارئ، واستخدام اللون يتعدي كونه عملاً فنياً أو جمالياً إلي كونه قناة اتصال يمكن من خلالها تدعيم مفاهيم معينة، وجذب الانتباه نحو موضوعات ومفاهيم أخري وخلق ترابط بين أجزاء النص باللون نفسه .

وتحظي الإنترنت بعديد من الألوان فيتيح الكمبيوتر ٢٥٦ درجة لونية لكل لون من الألوان الأساسية ويمكن تقسيم الألوان الموجودة علي الإنترنت إلي النوعين الآتيين.

- الألوان الخلفية Back ground color، وهي التي تستخدم لملأ الفراغ داخل الأشكال والجداول والرسوم الهندسية وتكوين خلفية النصوص .
- الألوان الأمامية Foreground ، هي التي تستخدم في الخطوط والحدود والأشكال والنصوص .

ولتحقيق التوظيف الأمثل للون في الصحيفة الإلكترونية يجب أن يراعي عند تصميمها ما يلي :

- استخدام اللون وظيفياً: يفضل تجنب الألوان غير الضرورية في النص، وتجنب أن يقود اللون عين القارئ إلي أماكن غير هامة كالفواصل بين المناطق المجاورة والخلفيات المبالغ فيها، وبدلاً من ذلك يستخدم اللون فيما يلي :

■ التمييز بين العناصر المختلفة باستخدام لون مميز لكل فئة من العناصر يميزها

عن باقي العناصر .

- تركيز الاهتمام، مثل تميز العناوين بلون مختلف عن باقي النص .
- الربط بين العناصر المتشابهة باستخدام لون موحد لها .
- إسراع عملية البحث داخل النصوص الطويلة، فقد يضطر إلي كتابة مقال مطول في إطار واحد، لذا يفضل استخدام اللون في تميز الكلمات الأساسية Keyword للإسراع في عملية البحث في النص .

- تخير اللون المناسب، وذلك من خلال مراعاة :

- استخدام أكواد لونية قليلة لا يخلط القارئ بينها، كاستخدام لون مميز للكلمات المفتاحية ولون آخر للعناوين ولون ثالث للمقدمات الهامة ... الخ .
- جعل الألوان المتجاورة متباينة بحيث لا يخلط بينها القارئ فلا يمكن تميز كلمة مكتوبة باللون الأزرق الداكن وسط مجموعة من الكلمات المكتوبة باللون الأسود .
- التمسك بالألوان الطبيعية والمعارف عليها، فعند رسم خريطة مثلاً يستخدم اللون الأزرق للمسطحات المائية واللون الأخضر للزراعات واللون الأصفر للصحاري مما يسهل علي القارئ فهم المحتوي .

- تجنب الألوان الصارخة: وخاصة اللون الزهري واللون الأرجواني Purples، والدرجات الفاتحة جدا من الألوان Pastels لأنها تختلف وفقا لنظام العرض المستخدم حيث يختلف نظام العرض في الحاسبات فيما يتعلق بعدد الألوان الممكن عرضها وأبرزها أحادي اللون، ونمط عرض ١٥ لون، ونمط عرض ٢٥٦لون، ونمط عرض ١٦ مليون لون، ولا تظهر الدرجات السابق ذكرها في النمط أحادي اللون وتختلف درجاتها بين الأنماط الثلاثة التالية له .

- تجنب تجاور الألوان المتعارضة: مثل اللون الأحمر واللون الأزرق جنباً إلي جنب، لأن العين البشرية لن تميز درجات تلك الألوان في هذه الحالة بشكل صحيح، وهو ما يسمي بظاهرة الـ Chromostereopsis، كما يجب عدم استخدام اللون الأحمر مع اللون الأصفر، أو استخدام اللون الأخضر مع اللون الأزرق، أو اللون الأصفر مع اللون الأزرق .

- تجنب نقص التباين اللوني Chromatic Deficiency، من الضروري المحافظة علي قدر من التباين بين الشكل والأرضية فلا ينبغي استخدام اللون الأصفر مع اللون الأبيض، ولا اللون الأزرق الغامق مع اللون الأسود .

- تجنب الزيغ اللوني Chromatic Aberration: يجب تجنب استخدام اللون الأزرق الصريخ أو الأحمر الصريح في كتابة نصوص طويلة، ويرجع ذلك إلي خاصية الزيغ اللوني التي تجعل شبكية العين غير قادرة علي التركيز في تفاصيل تلك الألوان، فتظهر غائمة Fuzzy.

- تجنب حالات العمى اللوني عند توظيف اللون، حيث بينت الدراسات أن ٩٪ من الرجال مصابون بالعمى اللوني و٢٪ من السيدات مصابات بالعمى اللوني، كما بينت أن جميع المستخدمين يصابون بالعمى اللوني المؤقت عند النظر إلي شاشة الكمبيوتر في الضوء المنخفض، لذلك يجب الحرص في توظيف اللون في الصحيفة وعدم الاعتماد علي قدرة القارئ في تميز الألوان ومراعاة عدم تجاور الألوان التي يصعب تميزها .

- التوازن بين الألوان من خلال ضبط نسب الإضاءة والإشباع .

- الاعتماد علي لون معين يكون غالباً مع بقية الألوان .

- استخدام رقعة الألوان الآمنة علي الوب المؤلفة من ٢٥٦لوناً .

- استخدام الألوان في النصوص :

- استخدام الألوان في النصوص لتحقيق التباين بين الموضوعات الموجودة في الصحيفة وإضفاء الجاذبية إلي الموضوع .
- استخدام الألوان لتحقيق التوافق بين النصوص ومضمونها .
- استخدام الألوان الدافئة واللامعة في العناوين والعناصر الأكثر أهمية وكذلك في المساحات الصغيرة .
- التمييز بين العنوان والمقدمة والمتن والخاتمة للموضوع باستخدام الألوان مع الحفظ علي التباين اللوني .
- توحيد لون العناوين الرئيسية والفرعية للموضوع .

- استخدام الألوان في الخلفيات :

- اختيار اللون المناسب لخلفية محايدة في حالة استخدام أكثر من لون في الإطار .
- اختيار الألوان الهادئة في تكوين الخلفيات، حيث أشارت نتائج دراسة «إيمان صلاح» فيما يتعلق باللون أن الدارسين فضلوا ألوان الأرضية الباردة ذات التشبع المنخفض مثل الأزرق السماوي علي أن تكون الكتابة بلون فاتح علي أرضية غامقة وأن لون النص له عامل نفسي في ترجمة المعني المقصود به، كما أفادت الدراسة السابقة في علاقة هذه المتغيرات بسرعة القراءة والارتياح أثناء القراءة .

٢- الصور والرسوم الثابتة :-

الصور عنصر مهم وأساسي في جذب الانتباه للفن الصحفي وإدراكه بسهولة

وتذكره، فالصور الفوتوغرافية وسيلة ولغة لنقل المعلومات ويمكن لأي فرد مهما اختلفت لغته وثقافته إن يفهمها، وتتميز الصورة الثابتة بخاصية فريدة هي قدرتها علي عزل لحظات من الزمن وتجميد الحركة بكل انطباعاتها الظاهرة، وكثيرا ما تترجم الصورة أعماق فكر الأشخاص مما يجسد الحدث أمام القارئ ويتيح له فرصة التأمل والتعمق والتفاعل مع الصورة وما يحيط بها أو يصاحبها من تعليق.

ويمكن أن تؤدي الصورة الثابتة وظائف أهمها:

١- جذب الانتباه.

٢- الإمداد بالمعلومات.

فالصور الإخبارية إما إن تنشر بمفردها فتعطي القارئ خلاصة الموقف الذي حدث من خلال نظرة سريعة و إما إن تنشر مع القصة الخبرية فتقدم معلومات إضافية عن النقاط الرئيسية في القصة.

٣- بناء روابط (حلقات وصل) مع القراء:-

وبناء الروابط النفسية العاطفية مع القراء شي مهم لان القراء يرتبطون بالصحيفة القادرة علي الوصول إلي عقلهم وقلوبهم والصور تساعد علي ذلك من خلال ثلاثة طرق:-

- تعطي الصورة القراء إحساسا بالشعور بأنهم يشاهدون ويشتركون في الحدث وهذا يضفي صفة الحالية للمكتوب.

- توضح الصور للقراء ردود أفعال ومشاعر الناس المشتركين في الأحدث، فالقراء يهتمون بشعور الآخرين أو يمكن من خلال الصورة التعبير عن عاطفة الفرح، الخوف، الغضب، وذلك اكثر من الكلمات.

- تجعل القراء عاطفين: وذلك بإثارة الذكريات الماضية وتوقعات المستقبل، فصورة طفل يلعب يمكن أن تجعل القراء سعداء.

٤- وسيلة إخراجية Action as a layout device :

فالصورة تكسر حدة الحروف والكلمات المكتوبة، وتجعل الصفحة اكثر جذبا واسهل في القراءة، كما أنها تقود العين من جزء إلي أخر علي الصفحة، وتحرك العين يساعد القارئ علي أو ينظر إلي الصفحة كلها وهذه وظيفة أساسية لإخراج الصفحة.

٥- المصداقية :

وهي دليل مادي علي أن المعلومات المصاحبة للصورة معلومات حقيقية وصادقة.

٦- استدعاء واستحضار المعاني:

فقوة الاستدعاء في الصورة يأتي من قدرتها علي احتواء وتخمين معاني تكمن وراء محتواها الظاهر، ويري «فوزي خلاف» أن للصور أدوار ووظائف منها: التأكيد علي الحدث الذي تعرض له الصحيفة، فكل صورة تقوم بتسجيل لحظة من الحدث وتقوم باختصار قيمة جمالية للموضوع، كما تقوم بإعطاء الصحيفة نوع من الحركة وتتحد الصورة مع باقي العناصر البنائية الأخري في التأكيد علي الحدث من ناحية، والقيام بالتوازن مع باقي العناصر البنائية من ناحية أخري.

وتقوم الرسوم الثابتة بتحقيق عدة وظائف أهمها :

- تسهيل فهم الإعداد والأرقام الكبيرة وخاصة الرسوم البيانية، فمن اليسير علي القارئ فهم الأرقام والأعداد الكبيرة إذا وضعت في جدول أو رسم مما لو وضعت في شكل فقرة من النص.
- تبسيط الرسوم العملية المعقدة.
- توضح للقارئ تتابع الأحداث.
- تحدد الخرائط للقارئ الأماكن المختلفة وتعين له مواقعها وحدودها.
- توضح الرسوم الجداول كيف تترابط الأشياء مع بعضها وذلك عن طريق المقارنة الناس والأرقام.
- تجذب انتباه القارئ وتستميله لقراءة الموضوع.

والصور الثابتة يمكن أن تقوم بالأدوار التالية:

- تثبيت شخصية الصحيفة علي الشبكة عن طريق تميز موقعها برسم معين يميزها عن غيرها من باقي الصحف والمواقع الموجودة علي الشبكة.
- جذب انتباه القارئ للصحيفة.
- المساعدة علي التذكر.
- خلق انطباع معين لدي القراء.

وبالإضافة إلي هذه الأدوار التي تقوم بها الرسوم الثابتة ألا أنها تحقق وظيفة مهمة من عمليات التصميم الصحفي، وهي التوازن مع العناصر الثقيلة مثل العناوين والصور والجداول .

والرسوم والصور الثابتة من أقدم اللغات علي الإطلاق فقد بدا الإنسان الاتصال بالآخرين عن طريق الرموز والرسوم والإشارات، وعلي الرغم من أن العالم الحديث تعامل باللغة اللفظية بالكتابة والنطق، إلا أن اللغة الغير لفظية دائما تأخذ المكانة العليا، ويدل علي ذلك المثل الصيني القائل وربما صورة واحدة تكون ابلغ من عشرة آلاف كلمة May on picture warth than ten thousand works

ويؤكد فتح الباب عبد الحليم علي أن الأسباب التي تجعل الصورة اسهل فهما من الكلمة لان الصورة توضح معني الكلمة والصورة تحوي خطوط تشبه الشكل العام ذاته ودورها في عملية التفاهم والاتصال يصل إلي أداء معاني يصعب أن تؤديها الكلمة.

وقد تكون رسوما خطية مبسطة أو خريطة لتمثيل مكان ما أو بيانية لتمثيل المقادير أو علامات كمية، كذلك يمكن أن تكون كاريكاتيرية كتمثيل مواقف أو معان أو صورا تحاكي الواقع تماما، أو تسدد خطوات أو مسارات لأحداث زمنية وتكون الرسومات ثنائية الأبعاد Tow Dimention أو ثلاثية الأبعاد Three Dimention .

وللصور والرسوم دورها في الصحف الإلكترونية التي لو أحسن المصمم توظيفها فإنها تؤدي إلي تحقيق أهدافها بكفاءة عالية وبالرسومات والتصميمات لواجهات التمهيد والتداخل يساعد كافة فريق الإنتاج علي الاتفاق في اتجاه العنوان ونقاط الحركة قبل الشروع بالإنتاج للوسائط المتعددة الأخرى.

ويحكم اختيار الصور والرسوم للصحيفة الإلكترونية عدة معايير ينبغي مراعاتها حتي تجذب الصور والرسوم القارئ لها وهي :

- لابد أن تكون معبرة بوضوح عن حدث، فالصورة التي تحتاج من القارئ أن يفكر فيها صورة سيئة.

- التأثير Impact : فالصورة تجذب انتباه القارئ غير المنتبه ولكي يتحقق ذلك لابد أن تكون الصورة مؤثرة، فالصورة الصحفية التي لا تجذب انتباه القارئ بدرجة كبيرة.
- الاستجابة العاطفية Emotional Appeal: فأفضل صورة هي التي تحتوي علي الاهتمام الإنساني وتلمس عاطفة القارئ وعلي سبيل المثال فصورة القراء تجذب انتباه القارئ بدرجة كبيرة.
- الحيوية Animation : ويقصد بها أن الصورة لابد أن تنقل الاستجابة والأحاسيس ولا تقتصر فقط علي تسجيل الأحداث .
- السياق المناسب Relevant Context .
- عمق المعني Depth of Meaning .

وهناك معيار آخر مهم في اختيار الصورة وهو: أن تتوافر للصورة القيمة الاتصالية، بمعني أن تحقق الوظيفة الاتصالية المر اده منها، فالصورة الإخبارية يجب أن تبرز القيمة الإخبارية لعناصرها بحيث يمكن أن تجيب علي أهم التساؤلات التي يبحث عنها القارئ، والصورة التفسيرية أو الشارحة في التحقيق يجب أن تحتوي علي التفاصيل وأن تشرح وتفسر وتؤكد المعاني التي تستهدف الصحيفة توصيلها للقارئ .

ولابد أن تتسم الرسوم بعدة سمات عند اختيارها من أهمها : البساطة والوضوح والدقة حتي يسهل للقارئ إدراكها وفهمها.

وقد حدد تانكرد Tankard عشرة أنواع من الرسوم لا يسهل إدراكها وهي :

- الرسم غير الواضح Tilted Graph .

- الرسم المزدحم Stacked Graph .
- الرسم الزائف Pseudo Graph .
- الرسم قليل التنوع The graph with little or not variation .
- الرسم المخالف لما تعود عليه القراء The convention violating graph .
- الرسم المستطيل ذو النهاية الغامضة The bar graph with abuser .
- الرسم ذو الخطوط غير الواضحة The buried line graph .
- الرسم ذو الأبعاد الثلاثية غير الضرورية The unnecessarily Three Dimensional Graph .
- الرسم المعقد للغاية The overly-Complex Graph .
- الخرائط متعددة الاستدارة The Multiple chart .

وقد أثبتت دراسة استيف، هت Steve & Hutt، أن القراء ينجذبوا للرسوم لأسباب تتعلق بكل من الشكل والمحتوي، أما الأسباب المتعلقة بالمحتوي فمنها .

- الاستزادة بالمعلومات الإضافية في الرسم .
- المساعدة في فهم القصة .
- الرسم يكون أسهل في الفهم من القصة نفسها .

أما الأسباب المتعلقة بالشكل فهي :

- الرسم الملون والمساحة الكبيرة للشكل .
- بساطة التصميم .

- موضع الرسم (أعلي القصة - أدني القصة) .

ويفضل اختيار الصور والرسوم الملونة، حيث أن اللون يخلق حالة من التذكر، حيث يميل عديد من الجمهور في وصفهم لشيء ما إلي الإشارة للونه، وهذا بسبب أن اللون له قيمة تذكريه علاوة، وذلك لأن واقعية اللون وحيويته وتأثيره النفسي يساعد في عملية التذكر والاستدعاء .

حيث أثبتت دراسة « كاثي وجون « التي استهدفت التعرف علي تأثيرات اللون والتعقيد في الصورة علي المجهود العقلي والذاكرة، أشار الباحثان إلي أن دراسات علم النفس توصلت إلي أن الصورة الملونة من السهل التعرف عليها لمن يراها لأول مرة.. بينما الصور (الأبيض والأسود) يتم فهمها بصعوبة أكثر، كما توصلت الدراسة إلي أن اللون يحسن التعلم والذاكرة، حيث وجدا أن اللون ذو تأثير عال في تحديد الموضوعات، وأن الناس يعتمدون علي اللون بشكل أكثر في تحديد الملامح الإدراكية للأشياء، وأوضح الباحثان أن التنبؤ بتأثير اللون وتعقيد الصورة في الذاكرة مشتق من نظرية مستويات المعالجة والتي توضح أن الرسالة التي يتم معالجتها بطريقة متضمنة سوف تكون أحسن وأفضل في التذكر .

وأشار «أسامة عبد الرحيم « إلي أن اللون يساعد علي التذكر، وذكر أن الصور الملونة أفضل من الصور الأبيض والأسود، كما أن اللون يساعد علي سرعة المعالجة البصرية للصورة والرسم، كما أن التقيد في الصورة يحسن التذكر، وبناء علي ذلك فإن الاستخدام الواسع للون في الصحف ربما يفيد الصحفيين والمحررين الذين يريدون لمن ينظر إلي الصورة أن يفهمها بسرعة وسهولة .

وعند توظيف الصور والرسوم الثابتة داخل الصحف الإلكترونية علي شبكة الإنترنت

ينبغي مراعاة المعايير التالية .

- تستخدم الصور الفوتوغرافية لإكساب الصحيفة نوع من الواقعية.
- يجب أن تبرز الصور الفوتوغرافية خصائص الموضوع مع البعد قدر الإمكان عن اللقطات الفنية والزوايا غير المالوفة.
- تجنب الصور ذات الدرجات الرمادية grayscale أو الفلاتر الملونة حتي لا تعطي القارئ انطباع خاطئ عن الموضوع.
- عدم المبالغة في حجم الصور الفوتوغرافية علي الشاشة لأنها تتطلب سعة تخزينية كبيرة، يفضل بدلا من ذلك استخدم اللقطات المقربةZOOM IN.
- إمكانية تكبير الصورة،، لان الصورة الكبيرة تكون أكثر تأثيراً في جذب الانتباه.
- الحفاظ علي وحدة الشكل: تبعا لقانون الشكل الجيد (الجشتالط) « إن للشكل صفات تميزه كوحدة كلية، وإذا تفككت أجزاؤه فقد وحدته، وإذا أضيفت عليه عناصر أو مؤثرات جديدة تأثرت قيمته المرئية تبعاً لقوة تلك العناصر أو المؤثرات الجديدة بحيث يصعب تميز الشكل الأصلي»، فإن حذف العناصر غير الضرورية يؤدي إلي سهولة تميز الشكل الأصلي، وتبعاً لقانون الإغلاق فإن إضافة إطاراً حول محتويات الصورة يجعل العين تدرك الشكل أو الرسم علي أنه كل متحد .
- الاتزان في توزيع الصور والرسوم علي شاشة الكمبيوتر وفي توزيع الصور داخل الإطارات الخاصة بموضوعات الصحيفة .
- الوضوح في عناصر الصور والرسوم .
- الواقعية في اختيار ألوان الصور والرسوم واستخدام الصور المألوفة والمتعارف عليها .

- التناسب بين حجم الصورة والمادة التحريرية التابعة لها وتوظيف الصورة في المكان المناسب لها داخل كل موضوع .

- كتابة تعليقات الصور بشكل واضح، يعني تحرير الصورة وهو يشير إلي كتابة الكلام أو التعليق أو الشرح المصاحب للصورة، ويعبر عنه في الصحافة الأوربية والأمريكية بأكثر من مصطلح يؤدي نفس المعني، فمرة يعبر عنه بـ cut line ويعني المادة الشارحة للصورة المكتوبة تحتها، ومرة يعبر عنه ب caption وهو العنوان الشارح فوق الصورة، والقراء يحتاجون كلام الصورة ليعرفوا من في الصورة وعن أي شيء يدور موضوعها، فعلي الرغم من القول الشائع لأن الصورة تتحدث عن نفسها فإن القارئ يحتاج في أغلب الأحوال -حين يطالع صورة صحفية – إلي تعليق بسيط ييسر له فهمها، فإذا كانت تضم بعض الأشخاص فهو في حاجة إلي معرفة أسمائهم والمناسبة التي التقطت فيها الصورة وإن كانت تصور حادثاً معيناً فهي أيضا تحتاج إلي تعليق يفسر بعض جوانبه أو يلفت نظر القارئ إلي عنصر ما ليلتفت إليه أو يفهمه، وحتى الصور الجالية التي تنشر في بعض الصفحات والتي لا تحتوي أي قيمة إخبارية تحتاج هي الأخرى إلي بعض الكلمات تصاحبها تشير إلي بعض النواحي الفنية فيها أو جمال تكوينها أو إبداع الخالق في كونه أو تدرج خلالها .وتعليقات الصور يجب أن تكون مركزة بحيث لا تعطي من المعلومات إلا التي تعجز الصورة نفسها عن تقديمه، ويجب أن يبتعد عن تكرار المعلومات الواردة في عنوان الموضوع الذي تصاحبه الصورة، وهناك عدد من القواعد يجب أن يلتزم بها فريق تحرير الصور في كتابة الكلمات الشارحة حتي تجذب انتباه القارئ وتساعد علي فهمه للموضوعات وهذه القواعد هي:

- عدم الأخبار بالشيء الواضح، فإذا كان هناك إنسان يبتسم فلا تقل: إنه يبتسم، ولكن أذكر السبب وراء الابتسامة.

- استخدام التخصيص بدلا من التعميم، فحينما نقول: رجل عمرة سبعون عاماً، أفضل من أن نقول: رجل عجوز.
- استخدام الفعل المضارع، فهو يحسن حالية الصورة التي يصاحبها.
- يجب أن يوصف الحدث كما هو واضح في الصورة وليس الحدث في حد ذاته فسوف يقع القارئ في حيرة إذا قرأ شيئاً لا يجده في الصورة .
- يجب التأكد من دقة كرم الصورة .

- البساطة في عناصر الصورة وعدم تكدسها حتي نتلافى عنصر التشتت، وحتى لا تشغل مساحة كبيرة علي موقع الصحيفة ومما يسهل من سرعة تحميلها أمام القارئ بمجرد فتح الصحيفة .
- استخدام الزوايا المناسبة وتفضل الزوايا العادية وتجنب الزوايا المرتفعة أو المنخفضة.
- يفضل عرض الصور المتتابعة المتعلقة بموضوع واحد علي شاشات متتابعة ويتم الربط بينها باستخدام التعليق الصوتي .
- استخدام الرسوم الخطية غير المظللة في الحالات التالية :

- خرائط التدفق ومخططات المشروعات والرسومات الهندسية .
- الرسوم التي توضح علاقات منطقية ولا تطابق الواقع تماماً .
- الرموز المجردة كعلامات المرور .
- الرسوم التوضيحية كأجزاء الآلة البخارية .

- استخدام الرسومات الخطية المظللة والملونة في الحالات التالية:

- تميز جزء من الرسم عن باقي العناصر .

- استخدام اللون الدال علي الوظيفة .
- الإيحاء بالبعد الثالث للرسم .
- يفضل استخدام الألوان والتظليل في الرسومات البيانية .

- الرسوم الخطية يجب أن تحافظ علي النسب الطبيعية في الرسم بعكس الرسوم الكاريكاتيرية .
- إذا كانت الرسم جزءاً من رسم أكبر لنفس الموضوع يجب البدء من الأكبر إلي الأصغر ومن الخارج إلي الداخل، واستعراض الرسوم إما بطريقة التجاور بحيث يتجاور الشكل الخارجي مع الشكل الداخلي وذلك ليتمكن القارئ من المقارنة بينهما وإدراك موقع كل عنصر من عناصر الشكل الداخلي بالنسبة للشكل الخارجي، والطريقة الثانية: الإبحار بحيث يظهر الشكل الخارجي أولاً وعند النقر عليه بالفأرة يختفي الغطاء الخارجي وتظهر المكونات الداخلية، ويفضل أن يعطي برنامج الصور الخاص بالصحيفة خاصية الاقتراب بحيث يمكن التركيز علي عنصر من عناصر الشكل وتكبيره أو الدخول من عنصر إلي عنصر آخر كما هو الحال في المتحف التخيلي Virtual Museum.
- أن تكون الرسوم جيدة الإخراج ويتوافر فيها عناصر الاتزان والتباين والبساطة والتكامل داخل الموضوع .

العناصر التكنولوجية

١- الرسوم المتحركة :

الرسوم المتحركة وسيلة بسيطة يفهمها الإنسان مهما اختلفت لغته، ومن هنا تظهر الحاجة إلي الرسوم في نقل المعلومات، سواء كانت رسومات ثابتة أو متحركة، وبما أن

اللغة اللفظية وسيلة تعلم وإعلام فان الرسوم المتحركة تعتبر أيضا وسيلة تعليم وإعلام، خاصة وأننا لا نستطيع الاعتماد علي اللغة المكتوبة فقط،وانما لابد من مشاهدة الحركة بأي أسلوب من أساليب العرض، سواء بعرض نموذج حي للحركة أو عرض صور متحركة أو رسوم متحركة، فان استخدام الرسوم أو الصور المتحركة يساعد بشكل اسهل لتذكر الحركة .

ويعرفها بارك Parkعلي أنها حركات غير حقيقية في الواقع وانما هي عبارة عن صور ورسوم ثابتة علي شاشة الكمبيوتر،والتي تؤدي بعرضها متتالية إلي حركة ظاهرية، ويتم ذلك بعرض سريع لسلسلة من الصور الثابتة للأشياء، حيث يكون هناك اختلاف بسيط بين كل صورة والتي تليها، حتي يستوعب القارئ الحركة في الوقت الذي لا تكون هناك حركة مادية حقيقية .

والرسوم المتحركة هي سلسلة من الصور أو الرسوم الثابتة لمراحل متتالية من الحركة وبعرضها بسرعة منتظمة علي الشاشة بالتوالي ينتج عنها الإيحاء بالحركة.

والرسوم المتحركة هي أسلوب عمل حركة خادعة عن طريق استعراض سلسلة من الصور المختلفة التي تمر بسرعة فائقة، حيث تخدع العين عن طريق ما يسمي بالخداع البصري Optical Illusion وذلك برؤية هذه الصور متحركة، وتعتبر الرسوم المتحركة أحد تطبيقات الوسائط المتعددة Multimedia .

وعندما نستعمل تعبير الرسوم متحركة فنحن نقصد مفهوم Animation أي الإيحاء بالحركة، والرسوم المتحركة تعتبر من الوسائل الضرورية لتوضيح معاني يصعب علي الكلمة تأديتها وتوضيحها، فالكلمة لا تحتوي علي أي عنصر شكلي من عناصر الشيء ذاته، ولكن الرسوم المتحركة تتميز بأنها اكثر مماثلة للواقع الذي ترمز إليه.

واتفق كلا من فتح الباب عبد الحليم وبارك Park ، ومصطفي عثمان، وأمينة عثمان، وجبس Gibbs علي مميزات الرسوم المتحركة، وهي:

- إمكانية التحكم في حجم وسرعة الأشياء، فيمكن أن نبين الميكروبات التي لا تري بالعين المجردة بأنها كبيرة وتتحرك، وذلك لتوضيح الحقائق العلمية.
- تعتبر وسيلة اتصال محببة وتثير اهتمام القراء والكبار.
- تمتلك الرسوم المتحركة قوة وإثارة وجذب انتباه تفوق تأثير الوسائل الأخرى.
- تمثيل الواقع المجرد الذي لا يصعب إدراكه بالحواس، ويمكن أن تفسر الرسوم المتحركة الحقائق العلمية المجردة فتسهل عملية إدراكها، وقد صمم «خالد فرجون» برنامج بالرسوم المتحركة لتعليم مفهوم الإنترنت، ووضح فيه فكرة شبكة الإنترنت (الاتصالات)، وكيف يتم الاتصال واستخدم الإشارات الضوئية والأصوات وقد استخدم الرسوم المتحركة علي شكل كرة صغيرة تتحرك في جميع الاتجاهات تبعا للإشارات المرسلة، وفي هذا البرنامج فسر بالرسوم المتحركة البسيطة والمصاحبة باللغة اللفظية المسموعة والمقروءة مفهوم الإنترنت، وكان من الصعب تفسيره بأي وسيلة أخري، وتشير «سهام عبد المنعم» إلي أهمية الرسوم المتحركة للواقع المجرد الذي لا نستطيع رؤيته ولكن نشعر بتأثيره.
- تتمتع الرسوم المتحركة بسعة الخيال الذي لا تقيده القوانين الطبيعية المألوفة.
- تبسيط الأحداث والأشياء وإضافة الفكاهة إلي الحقيقة الجامدة، وبساطة الإمكانيات تجعل الرسوم المتحركة طيعة لمواضيع علمية وفنية واجتماعية شيقة يقبل عليها الكبار والصغار.
- تستخدم لتيسير بعض الموضوعات الصعبة، لإبراز العيوب أو لعلاج مشكلة قد يعجز أسلوب أخر عن علاجها.

- تتخطي الموانع الطبيعية كالمسافات والحجم والخطورة، فهناك ظواهر خطيرة من الصعب أن يتم تصويرها بكاميرا تصوير أحيانا، ويمكن أن تصور بالرسوم المتحركة كالزلازل والبراكين.
- تتميز الرسوم المتحركة بإمكانية استخدام برامج تعطي ثلاثة أبعاد وتضيف شكلا مبتكرا للعمل ومجسم، وتنقسم الرسوم المتحركة من حيث استخدامها في الصحافة علي الإنترنت إلي نوعين هما:

١- الرسوم المتحركة الديناميكية:

وتتغير من عدد لأخر وفقا لنوعية الموضوعات المنشورة في موقع الصحيفة، وبصفة عامة تستخدمها الصحافة الإلكترونية لتحقيق ما يلي:

- عرض عناوين الأخبار والموضوعات في الصفحات الداخلية.
- عرض مجموعة من الصور المتتابعة حول حدث معين مثل استخدامها في عرض صور المرشحين للرئاسة الأمريكية أو عرض لاعبي كرة القدم الذين أحرزوا أهداف المباراة.
- عرض مجموعة من العناوين المهمة في صفحة البدء غير المرئية والتي يصل إليها القارئ عن طريق تحريك الصفحة إلي أسفل.
- جذب الانتباه عن طريق استغلال حركة الصور والعناوين.

واثبت «فوزي خلاف» من تحليله للصحف العربية علي شبكة الإنترنت أن هذا النوع من الرسوم المتحركة لا تستخدمه الصحف العربية الإلكترونية في تقديم أبنائها وموضوعاتها، ويرجع الباحث ذلك إلي عدم مقدرة الصحف العربية في متابعة الأحداث الجارية وضع رسوم متحركة لها باستمرار، كما أن الرسوم المتحركة الديناميكية تحتاج إلي كوادر

مدربة علي التصميم والسرعة، بالإضافة إلي ضعف إمكانيات هذه الصحف تكنولوجيا.

٢- الرسوم المتحركة الثابتة Static Animation :

وهي ثابتة في كل عدد من إعداد الصحيفة علي الإنترنت والتي تميز شخصية الصحيفة، وتستخدم الصحف هذا النوع في تحقيق الأدوار التالية:

- تثبيت شخصية الصحيفة علي الشبكة عن طريق تميز موقعها برسم معين يميزها عن غيرها من باقي الصحف والمواقع الموجودة علي الشبكة.
- جذب انتباه القارئ للصحيفة.
- المساعدة علي التذكر.
- خلق انطباع معين لدي القراء.

وينبغي مراعاة عددا من المعايير والأسس الخاصة بتصميم الرسومات المتحركة وعرضها في الصحف الإلكترونية، وتم تحديد هذه المعايير والأسس من خلال عدد من الدراسات المرتبطة بتصميم العناصر البصرية، وهي كالتالي:

- **دواعي استخدام الرسومات المتحركة في الصحيفة :**

- التعبير عن الأشياء المتغيرة أو المتحركة.
- تحليل عملية ما بعرضها علي مراحل بينها وقفات، مع إمكانية تكرارها إذا رغب المستخدم.
- التعبير عن المفاهيم المجردة Abstract Concept التي لا يمكن تمثيلها في الواقع.

- جذب انتباه القارئ نحو الصحيفة، والتنوع في أساليب العرض لابعاد الملل.
- محاكاة الواقع.
- التعبير عن مواقف خطيرة لا يمكن تصويرها بالفيديو، كقلب مفاعل ذري.
- التعبير عن مواقف تحدث في فترات زمنية طويلة يصعب إدراكها بالفيديو، مثل تحرك القارات، وتآكل الشواطئ.
- التعبير عن مواقف حدثت في الماضي ولم تسجل، مثل نشأة الكواكب والكائنات المنقرضة كالديناصورات.
- عرض عناوين الأخبار والموضوعات في الصفحات الداخلية، الصور المتتابعة خول حدث معين.

- **دواعي عدم استخدام الرسومات المتحركة، يفضل عدم استخدام الرسومات المتحركة في الحالات التالية :**

- التعبير عن مواقف اجتماعية يمكن بالفيديو، كالفلكلور.
- التعبير عن سلوك ظاهر يرتبط بتفاعل الكائن بالبيئة، حيث يكون الفيديو اصدق تعبيرا كسلوك الحيوانات المختلفة مع بعضها البعض في البيئة.

- **توظيف الرسومات المتحركة :**

- يفضل التعليق الصوتي علي محتوي الرسم عن التعليق النصي المكتوب لان الأخر يشتت عين القارئ بين الرسم المتحرك والنص نفسه.
- عند الاضطرار إلي استخدام تعليقات نصية مكتوبة يجب دمجها مع الرسم في كتلة واحدة.

- يفضل عدم المبالغة في استخدام اللون داخل الرسومات المتحركة إلا إذا تطلب الموضوع ذلك، لأنه كلما قلت ألوان الرسم كلما قلت المساحة المطلوبة لتخزينها، وبالتالي سرعة تحميلها وكلما عمل بكفاءة علي الأجهزة المختلفة.
- ملائمة حجم الرسومات المتحركة، مع الوضع في الاعتبارات المبالغة في زيادة الحجم تقابله زيادة المساحة التخزينية المطلوبة، كما أن المبالغة في تقليل الحجم تجعل تميز الرسم ليس بالأمر السهل.
- في حالة كون جزء من الرسم يتحرك وباقي أجزاء الرسم ثابتة، يفضل أن يقتصر إطار الرسومات المتحركة علي ذلك الجزء. وتوضع في الخلفية صورة ثابتة، وبالتالي يوفر الفاقد في المساحة التخزينية للصحيفة.
- تعمل معظم إطارات الرسومات المتحركة بسرعة ١٤,٥ إطار في الثانية، ويمكن زيادة عدد تلك الإطارات لتعميق الإحساس بالحركة الطبيعية، إلا أن ذلك يعني زيادة متطلبات التخزين وبطء التحميل.
- يجب أن يتاح للقارئ إمكانية مشاهدة الرسومات المتحركة اكثر من مرة حسب قدرته علي متابعتها.

٤- الصور المتحركة (الفيديو):

تعتبر الصورة المتحركة كالفيديو Video وأجزاء الأفلام Movies من أقوي الوسائل المستخدمة تأثيرا علي المشاهدة وهي من العناصر التي استمدت الوسائل المتعددة قوتها منها، وهذا العنصر هو الذي ينقل القارئ والمشاهد إلي عالم الحقيقة Real world، لذلك فهو أكثر العناصر جذبا لانتباه القارئ منذ كانت عروض صامته.

والفيديو الرقمي Digital Video له علاقة بارزه في تقنيات الوسائل (الوسائط)

المتعددة التي أبرزت أشكال التفاعلية، ولذلك فالعمل لإنتاج وتوظيف لقطات الفيديو ملئيه بالمشاكل، فالملفات تحتاج دائما إلي ضغط com pression وقبل الضغط رقمنة (التحويل إلي الرقمية) وتصحيح الألوان، وعليه فان لهذا العنصر متطلبات مادية عالية المستوي والتكلفة وتحتاج إلي برمجيات متخصصة ومتباينة الأدوار، ولهذا فان هناك جهودا لتطوير أسلوبين من أساليب الضغط مثل MPEG(×) و JPEG(××).

وعلي الرغم من ذلك فان الصور المتحركة تمتاز بأنها تخاطب حاستي السمع والبصر هذا بالإضافة إلي عنصر الحركة وتكبير الوقت وتصغيره حيث نتحكم في تكبير الوقت العادي عن طريق التحكم في سرعة التصوير والعرض، كما نستطيع تصغير الوقت، وتتميز الصور المتحركة بالأتي:

- بساطة التكاليف إذا قورنت بالرسوم المتحركة.
- سهولة إعدادها بالنسبة لإعداد الرسوم المتحركة.
- سهولة التركيز علي التفاصيل الدقيقة مما يساعد علي زيادة الانتباه إلي هذه التفاصيل فتسهل عملية الإعلام.
- تعطي صورة واقعية للعمل بما تمتاز به من قدرة علي التعامل مع الصفات الزمانية والمكانية.
- قدرتها علي عرض عنصر الحركة علما بان كل صورة في إطار واحد غير متحرك إنما يكون تحقيق الإحساس بذلك عند تصوير الموقف بعدد كبير من

(×) يشير هذا الاختصار إلي أسلوب مطور لضغط ملفات الصور المتحركة بنسبة ١ : ٥٠ وهو اختصار لعبارة Moving Picture Experts Group.

(××) يشير هذا الاختصار إلي أسلوب مطور لضغط ملفات الصور الثابتة بنسبة ١ : ٣٠ وهو اختصار لعبارة Joint Photographic Experts Group

الإطارات الثابتة وعند عرضها بنفس سرعة تصويرها في ٢٤ إطارا كل ثانية ولا تقوي العين علي رؤيتها منفصلة بل تعطيها الإحساس بالحركة.

ومن الاعتبارات الواجب مراعاتها عند إعداد لقطات الفيديو للصحيفة الإلكترونية ما يلي :

- تحديد محتوي البرنامج لتجنب التشويش والخلط.
- وضوح الأجزاء وجودة الربط بينها لتسهيل الإدراك الكلي للموضوع الرئيسي في البرنامج.
- التنظيم المنطقي لتسلسل العروض ودوره في تسهيل ووضوح موضوع العرض ككل.
- تجنب المبالغة فيها واللقطات الفنية.
- ويجب أن يستخدم الفيديو في الصحيفة الإلكترونية للأسباب الآتية :

- إظهار الأحداث التي تعتمد علي الحركة حيث يكسب الفيديو الموضوع والأحداث الإحساس بالواقعية.
- توضيح للمستخدم ما لا يستطيع أن يراه مباشرة وبطريقة طبيعية، إما لخطورته أو لدقته المتناهية أو بسبب وقوعه في فتره زمنية ماضية أو في فترة زمنية طويلة إدراكها أو لحدوثه بسرعة أو لندرة الحدث، كهبوط نيزك.
- يستخدم لجذب انتباه المستخدم نحو الصحيفة.

- ويجب عدم استخدام الفيديو في الصحيفة الإلكترونية للأسباب التالية:

- لا يجب أن تصور لقطات الفيديو مواقع ثابتة لا تظهر فيها الحركة، ويمكن الاستعاضة عنها بصور فوتوغرافية.

ويوجد عدد من المعايير المرتبطة بالتوظيف الفعال للفيديو (الصور المتحركة) داخل

الصحيفة الإلكترونية منها:

- تجنب التصوير من منظور غير مألوف حتي لا يضيع وقت المستخدم في محاولة فهم محتوي اللقطات.
- الحرص علي حجم نافذة الفيديو ملائمة، فيجب أن تحقق الصورة الواضحة والتخزين الأقل، والحركة الطبيعية وقد بينت التجارب أن الحجم المناسب يكون ١٦٠X١٢٠ بكسل (نقطة).
- نظرا لاستخدام نافذة فيديو صغيرة نسبيا لذا يفضل استخدام اللقطات المقربة قدر الإمكان بحيث يستبعد من الكادر العناصر غير المفيدة، ويتم تجنب اللقطات العامة.
- استخدام السرعة الطبيعية في عرض لقطات الفيديو، إلا في حالة تصوير الأحداث التي لا تدرك إلا بالسرعة البطيئة (انفجار كتلة) أو بسرعة تفوق السرعة الطبيعية (حركة القمر).
- لا يفضل استخدام الفلاتير اللونية لأنها تغير من الدرجات الطبيعية للون.
- استبعاد العناصر الصغيرة من المشهد، والتي يقل حجمها عن ٤ بسكل PIXEL، لان المشاهد لن يدركها بسهولة.

٥- الصوت والمؤثرات الصوتية والموسيقي:

الصوت لا يقل كثيرا في أهميته من النصوص، فالصوت في الصحف الإلكترونية القائمة علي الوسائط المتعددة من الضرورة أن تشتمل علي اللغة المنطوقة/المسموعة والموسيقي والمؤثرات الصوتية، عموما فالتأثير علي حاسة السمع من خلال الصوت له جوانب عديدة تراعي عند التسجيلات الصوتية Sound Record والموسيقي

التصويرية والخلفيات الموسيقية Music backward والمؤثرات الصوتية Sound effects والصوت له أخصائي Sound Specialist للقيام بدور تسجيل وترقيم السرد الصوتي .

والصوت من الضروري أن يكون عنصر أساسيا في الصحف الإلكترونية القائمة علي الوسائط المتعددة التفاعلية، ويمكن استخدامها كأساس من أسس تصميم واجهة التفاعل المسموعة مع المستخدم. ومن مجالات استخدام الصوت في الصحف الإلكترونية علي الإنترنت ما يلي:

- الدلالة بأخطاء وقع فيها المستخدم، كإصدار صوت جرس لتنبيه المستخدم لضغطه علي وصلة خطأ .
- تنبيه المستخدم إلي موضوع هام، أو تحذير فوري، وهو مشابه للصوت السابق، لكن يصحبه تعليق مكتوب علي الشاشة.
- يتم إضافة التعليقات الصوتية لتجنب النصوص المكتوبة الطويلة.
- يجب عدم المبالغة في استخدام الصوت.
- إقناع المستخدم الموضوع عن طريق المؤثرات الصوتية.

وتوجد مجموعة إرشادات لتوظيف الصوت داخل الصحيفة الإلكترونية منها:

- يجب أن يكون الصوت متسقا مع الوظيفة المصاحبة لها.
- عدم الإسراف في استخدام الرموز الصوتية.
- تمكين المستخدم من التحكم في إلغاء الرسائل اللفظية متي أراد.
- استخدام الصوت لجذب الانتباه إلي موضوع معين.

- تجنب استخدام الحان متقاربة حتي لا يختلط معناها علي المستخدم.

وبالنسبة للمعايير المرتبطة بالمؤثرات الصوتية، حيث يقصد بالمؤثر الصوتي، الصوت الذي يصدره الجهاز لمحاكاة صوت أخر واقعي يحدث في الطبيعة مصاحب لفعل أو لحدث معين، كصوت أمواج البحر وصوت السيارات في الشوارع، ويهدف المؤثر الصوتي إلي إقناع المستخدم بالبيئة البديلة التي تقدمها له الصحيفة، لذا يراعي واضع الصحيفة تسجيل المؤثرات الصوتية بنفس الدرجة التي تكون عليها في الواقع،لذلك يجب مراعاة ما يلي:

- المثير الصوتي إذا استخدم كصوت بيني لإقناع المستخدم بالبيئة البديلة، يجب أن يكون بنفس المستوي الذي يتواجد عليه في الواقع ودون مبالغة.
- إذا صاحب المؤثر الصوتي تعليق لفظي منطوق، يجب أن يكون المؤثر الصوتي في الخلفية، أي اقل من حيث شدة الصوت.
- لا يفضل استخدام الصديecho مع المؤثرات الصوتية.

كما يحدد استخدام الموسيقي في الصحيفة الإلكترونية في النقاط التالية:

- تستخدم الموسيقي كخلفية لبعض الموضوعات.
- استخدام الموسيقي لربط عناصر الصحيفة، ويجب أن يكون ذلك في الخلفية أي اقل في الشدة من التعليقات اللفظية.
- يجب أن تظهر موسيقي الخلفية تدريجيا وتختفي تدريجيا.
- يفضل أن تكون موسيقي الخلفية من النوع MIDI وان تتكرر في تكرارات LOOP

لأنها قد تستمر لفترات طويلة، وهذا يتطلب مساحة تخزينية عالية جدا ما سجلت بالأسلوب الرقمي.

٦- النص الفائق Hypertext .

أصبح التصميم الإلكتروني من الاتجاهات الحديثة في مجال النشر وتصميم المواقع الإلكترونية لأنه يحقق المميزات التالية :

- السرعة والسعة الكبيرة وإمكانية استخدام مختلف أنواع الإرشادات سواء الكتابية، الأصوات، الألوان، أم الصور المتحركة، والمشاهد الحية من واقع الأحداث .
- يعد أداة لاختصار الوقت والمسافة عبر مختلف الشبكات المختلفة التي تقدم من خلالها البيانات والمعلومات المقدمة .
- يعتبر أداة لتنظيم ونشر المعلومات في مجال فضائي .

ويعتمد تصميم مواقع الصحف الإلكترونية علي الإنترنت علي البنية غير الخطية، وأصبح مستخدمي الإنترنت قادرون علي الإبحار في فضاء من كافة أنواع المعلومات، لأن المواقع الإلكترونية تمتاز بإمكانيات ديناميكية فائقة تعتمد علي وجود شبكة علاقات متشعبة ومتداخلة تحمل إمكانيات دلالية لا حدود لها وتعطي المعلومات المتضمنة في الموقع حركة متجددة لكل مستخدم علي حده .

كما تتيح قواعد تصميم المواقع الإلكترونية للصحف سهولة التجول الحر لمستخدمي الإنترنت عن طريق إمكانيات الربط المتاحة عبر المواقع الإلكترونية وآليات التوالد الانتقائي التي يستخدمها مصمموا المواقع لإدخال النصوص لمواقعهم، وتساعد التعددية المستخدمة في التصميم إلي سهولة وصول المستخدم إلي اختيارات المواقع التي يريدها

كما يتم الاستعانة أيضا بتصميم الخرائط التي تساعد المستخدم إلي الوصول إلي كافة أجزاء النصوص التي يريد تصفحها في المواقع التي يستخدمها .

والنص الفائق هو أسلوب لعرض المعرفة النصية بطريقة غير خطية Non-Liner ، وبشكل يناظر الطريقة التي يفكر بها المستخدم، وأرتبط ظهور النص الفائق مع التطورات التكنولوجي التي فرضت تحديا جديدا يواجه كل مهتم بالكتابة للصحف الإلكترونية، وهو تحد مرتبط بشكل وبنية عملية الكتابة ذاتها والتي تتمثل في بدء العدول عن الكتابة السطرية وتبني طريقة الكتابة التكوينية سواء الهيبرتكست أم الهيبرميديا.

وتعتبر الهيبرتكست نوعا من عمليات نسج النصوص مثلما يتم نسج النسيج ونعني هنا بكلمة نص أي عمل مكتوب فهي تشمل بالإضافة إلي الحروف والأرقام الرسوم التوضيحية والفنية والصور الفوتوغرافية، أما الهيبرميديا فتشير إلي استخدام عده وسائط لتقديم النص مثل الصوت والرسوم المتحركة والأفلام .

ويعرف «الخطيب» الهيبرتكست والذي يسميه النص المتفرع بأنه « تسميه مجازية لطريقة في تقديم المعلومات يترابط فيها النص والصور والأصوات والأفعال معا في شبكة من الترابطات مركبة، وغير تعاقبية مما يسمح لمستعمل النص (القارئ سابقا) أن يجول في الموضوعات ذات العلاقة دون التقيد بالترتيب الذي بنين علية هذه الموضوعات، وهذه الوصلات تكون غالبا من اختيار مؤلف النص أو من اختيار المستعمل نفسه .

أما الهيبرميديا فتمثل تطويرا أو إغناء للهيبرتكست ويقوم علي دمج الرسوم والأصوات والفيديو أو أي تشكيل آخر في منظومة ترابطية بشكل رئيسي لخزن المعلومات واستدعائها،

ويتم السعي من خلال هذه التشكيلة التفاعلية لتقديم وسط يسمح للمستعمل بالقيام بتداعيات بين الموضوعات بدلا من التنقل المفروض تتابعياً من موضوع لآخر، بما يسمح للمستعمل أن يقفز عند عملية البحث عن المعلومات من موضوع إلي آخر متصل به .

واستخدام مصطلح النص الفائق يعود إلي ثيدور نيلسون عام ١٩٦٥ حينما أنشأ نظامه الذي أطلق عليه «Xanadu»، حيث عرف النص الفائق علي أنه أسلوب في الكتابة غير متتابعة، لكن الفكرة الأساسية المميزة له هو احتوائه علي إحالات مرجعية Cross references، واستخدام التكشيف المترابط Associative Indexing في تصميمه، وفي عام ١٩٨٧ ظهر أول نظام نص فائق علي المستوي التجاري ويعمل علي الأجهزة الشخصية المتوافقة مع IBM أطلق عليه مسمي الروابط الفائقة والذي استخدم فيه النص فقط، وفي نفس العام ظهر برنامج هايبركارد HyperCard الشهير الذي ساهم في نشر تطبيقات النص الفائق والوسائط الفائقة بعد ذلك علي أجهزة الماكنتوش.

وقد أشار «حسني نصر» إلي أن الصحف الإلكترونية تستخدم ثلاثة أنماط من تكنولوجيا نقل النص علي الشبكة وهي :

- نمط الجرافيك التبادلي (الصورة) GIF (Graphic Interchange Format) والذي يتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلي موقعها علي الإنترنت .

- نمط النص المحمول PDF (Portable Datagram Format) وهو قريب من النمط السابق ويتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسومات والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلي موقعها علي الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية .

- نمط النص الفائق HTML وهو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية ويستفيد من إمكانيات الإنترنت المتعددة وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو، أما النمطين الأولين لا يتيحا للصحيفة الإلكترونية الاستفادة من كل إمكانيات الشبكة، ولذلك تختفي منها خدمات كثيرة تتوافر في الصحيفة الإلكترونية التي تتبع النمط الثالث في نقل مادتها إلي الشبكة مثل خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص .

ويري «فوزي خلاف» أن النص الفائق عبارة عن كلمة أو مجموعة من الكلمات تتضمن ربطة بجزء آخر في الصفحة، (يظهر عادة علي شكل يد) عندما يضغط عليها المستخدم للإنترنت بواسطة Mouse الكمبيوتر، تتحول إلي جزء آخر في الصفحة أو الصفحات الأخرى، لكي تعطي معلومات تفصيلية عن تلك الكلمة أو الحدث ، ويري أن النص الفائق يقسم حسب استخدامه إلي ثلاثة أنواع :

النوع الأول : النص الفائق الداخلي (Internal Hypertext): وهو الذي يحيل المتصفح للإنترنت إلي نص موجود علي نفس الصفحة، كما أن يساعده في الوصول إلي بداية الصفحة، ويسمي عادة(Top page) ، كما أنه يساعده في الوصول إلي نهاية الصفحة ويسمي عادة (End page) .

النوع الثاني : النص الفائق الخارجي (External Hypertext) : وهو الذي يحيل المتصفح للإنترنت إلي نص موجود علي موقع آخر خلاف الموقع الأساسي الذي يتصفحه القارئ، ويتميز هذا النوع في إعطاء القارئ معلومات إضافية عن الموضوع الذي يقرأه .

النوع الثالث : النص الفائق الوسيط الذي يحيل المتصفح إلي موضوعات داخل الموقع

نفسه ولكن داخل صفحات أخري من نفس الموقع، وتستخدم الصحف هذا النوع في عناوين الأحبار والموضوعات التي تعرض لها في صفحاتها الداخلية، وقد انبثق عن هذا المصطلح مصطلح آخر هو الرابطة الفائقة (Hyperlink) وهي أعم من النص الفائق والذي يعني أن المستخدم إذا ما ضغط علي صورة أو نص أو رسم أو شكل يحيله إلي صفحة أخري أو إلي موقع آخر خلاف الموقع الأساسي الذي هو يصدده، بيد أن معظم المبرمجين قد درج علي استخدام النص الفائق لوصف أي رابطة سواء أكانت هذه الرابطة نص أم صورة أم رسم .

- المواصفات الأساسية للنص الفائق :

نظم النص الفائق تدعم استعراض الوثائق غير الخطية، فالصحيفة التقليدية ترتبط بطريقة خطية، صفحة تليها صفحة، قد نستخدم معها الإحالات لربط عناصر المعلومات والتي ترتب في تتابع واحد، إلا أن الصحيفة لا تدعم القراء المترابطة، ونظم النص الفائق من ناحية أخري تقدم طرقا للتصفح والاستعراض Browsing أو ما يسمي أحياناً بالإبحار Navigation ومن تلك الطرق ما يلي :

أ- تقليب الصفحات Page-turning .

ب- الانتقال من معلومة إلي معلومات وبيانات متعلقة بها – عن طريق وصلات Links والعودة إلي النقطة السابقة .

ج- البحث عن المعلومات عن طريق كشاف Index .

د- إمكانية البحث عن كلمة أو عبارة ضمن النص سواء كلمات دالة أو كلمات داخل السياق.

وهذه العناصر السابقة هي المواصفات المعيارية التي تدعمها نظم النص الفائق وتتميز بها عن غيرها.

- بنية نظام النص الفائق :

يتكون نظام النص الفائق في الغالب من جزأين يعملان سويا هما :-

- المستعرض Browser : وهو برنامج معد مسبقاً وظيفته استعراض وتصفح الموضوعات المعدة بأسلوب النص الفائق.
- البرنامج : ويتكون من وحدات البيانات في شكل عقد Nodes تربط بينها وصلات، وهي تختلف من تطبيق لآخر.

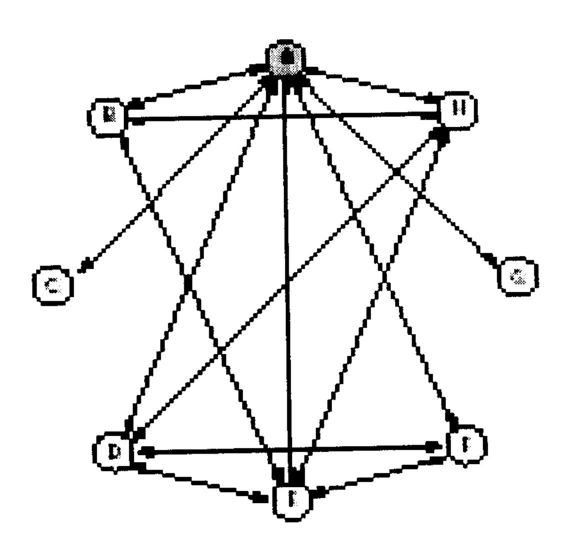
وفي الغالب يتوافر مستعرض واحد لقراءة ملفات البيانات المختلفة، مثل ملفات المساعدات التي تعمل في ظل نوافذ مايكروسوفت والمبنية بأسلوب النص الفائق، وتعمل جميعها في ظل مستعرض واحد للمساعدات رغم اختلاف هذه الملفات، كذلك في مجال الملفات المعدة علي شبكة الإنترنت والمعدة بلغة HTML فإنها تستخدم مستعرض واحد مثل Microsoft Explorer بطريقة معيارية، وتتاح بعض المستعرضات في الوقت الحالي مجاناً.

ويختلف بناء المستعرض وفقا للشركة المنتجة رغم الاتفاق علي عدد من الوظائف التي يجب أن يوفرها للمستخدم والتي تتيح له استعراض ملفات النص الفائق، أما ملفات النص الفائق نفسها فهي تتكون من عقد ووصلات، وتتشكل تلك العقد في التنظيمات التالية :

١- **التنظيم الشبكي للنص الفائق** Network hypertext organization:

ينظم الكاتب المادة الإعلامية في شكل صفحات أو كروت تحتوي علي مفاهيم

أو مصطلحات أو رموز معينة، ويقوم بربطها بصفحات أخري مرتبطة بها دونما علاقة تنظيمية محددة(قبل أو بعد)، وطالما أن القارئ يتفاعل مع عناصر المعلومات فإنه سيستمر في الإبحار، وجانب القوة في هذا التنظيم أن نوع الروابط التي تربط بين عناصر المعلومات ليست مجرد روابط علاقية بل روابط تبني علي أساس دلالي وهي شبيهة بالروابط المستخدمة مع التنظيم المعرفي في البرامج الذكية .

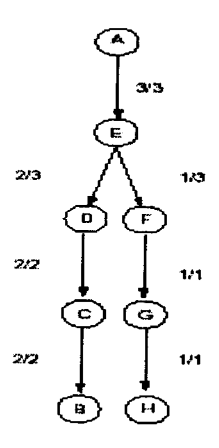


شكل (٦) التنظيم الشبكي للنص الفائق

٢ - التنظيم الهرمي Hierarchical hypertext: قد يأخذ بناء نظام النص الفائق شكل قائمة المحتويات التي ترتب فيها جميع المعلومات بشكل هرمي ويكفي للمستخدم للانتقال م صفحة إلي أخري النقر بالفارة علي عنوان الموضوع والروابط هنا تبني علي أساس بنائي وليس علي أساس دلالي وللبناء الهرمي سببان تدعو إلي استخدامه من قبل معدي الصحف الإلكترونية هما :

- أنه أقرب ما يكون إلي الأصول المكتوبة التي يجدها القارئ ضمن الصحف التقليدية المطبوعة .
- أن هذا التنظيم يدم عملية الإبحار، فالمستخدم لهذا النموذج يعرف النقطة التالية التي يجب أن يذهب إليها، والنقاط التي سبق وأن مر بها .

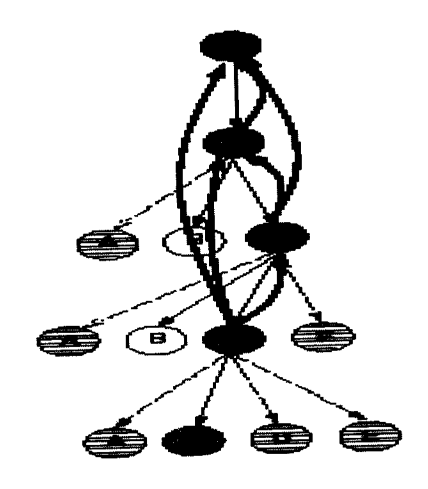
إلا أن من عيوب هذا التنظيم أن عملية الربط بين المفاهيم تكون ضعيفة حيث أنها تسير في اتجاه واحد .



شكل (٧) التنظيم الهرمي للنص الفائق

٣- الجمع بين التنظيم الشبكي والهرمي : وهو الاتجاه المستخدم في أغلب الصحف الإلكترونية الأجنبية التي تعتمد علي توظيف الوسائط المتعددة، حيث يوجد البناء الهرمي بالتوازي مع البناء الشبكي المبني علي الدلالات، وهذا التنظيم هو الأنسب في البرمجة غير الخطية للصحف الإلكترونية، وفي هذا التنظيم نجد في بداية الصحيفة (صفحة الاستقبال قائمة محتويات كما في التنظيم الهرمي، ولكن في نفس الوقت نربط

الموضوعات في صفحات الصحيفة بروابط دلالية كما في التنظيم الشبكي .



شكل (٨) الجمع بين التنظيم الهرمي والتنظيم الشبكي

- توظيف نظم النص الفائق في الصحيفة الإلكترونية :

نظم النص الفائق في الوقت الحالي تستخدم بشكل كبير في مجال بث ملفات البيانات علي شبكات المعلومات، والوصول للبيانات ضمن قواعد البيانات، أما استخدامها في الصحف الإلكترونية العربية فلم يستغل النص الفائق الاستغلال الأمثل، فقد تجاهلت الصحف الإلكترونية العربية استغلال النص الفائق في عرض التقنيات المرئية(الفيديو) والمسموعة(الأصوات) وقد يرجع ذلك إلي قلة الإمكانيات المادية، وعدم إدراك الصحف العربية لإمكانيات الصحافة الإلكترونية علي الإنترنت، ولربما حرصت الصحف العربية علي التواجد علي الإنترنت بحجة مسايرة التقدم التكنولوجي الذي تحظي به وسائل الاتصال، ومن المبادئ العامة التي يجب مراعاتها عند توظيف النص الفائق في الصحف الإلكترونية ما يلي :

- استخدام النص الفائق لتقديم المعلومات الملخصة في مستويات مختلفة والتي تساعد في سرعة تحميل الصفحة .
- استخدام النص الفائق لتقديم المعلومات وفق احتياجات القارئ .
- إعداد موضوعات الصحيفة في شكل إطارات مع تحديد الروابط أو العلاقات بينها، حيث يقوم النص الفائق بتكسير النص إلي وحدات صغيرة عندما يكون النص كبير الحجم .
- توافر إمكانية عرض عدد من التقنيات المرئية والمسموعة في النص الفائق والتي تستخدم لتحسين فهم النصوص .
- عند بناء نظام النص الفائق يفضل الجمع بين النموذج الهرمي والشبكي في تصميم بنية العرض للصحيفة، ذلك لأنه يتميز بإعطاء المستخدم تسلسل منطقي لمحتوي الموضوع من جهة، وأنه يعين المستخدم علي معرفة موقعه في الصحيفة من جهة أخري .

٥- نظم الوسائط الفائقة Hypermedia Systems :

يري الكثيرون أن مصطلح الوسائل الفائقة هو حلقة تطور للنص الفائق علي اعتبار أن الأسس التي تبني عليها استراتيجيات العرض في كلا النظامين واحدة تقريباً، فالنص الفائق يستخدم أساساً لعرض النظم المبنية علي النصوص، أما الوسائل الفائقة فتعد تطويراً وامتداداً لتكنولوجيا النص الفائق لتتضمن البيانات متعددة الوسائل .

ويري هاريسون Harrison أن نظم الوسائل الفائقة نشأت من تطور النص الفائق، ويشير إلي أن البداية الحقيقية للوسائل الفائقة كانت عام ١٩٨٦ مع ظهور نظام الهايبركارد Hyper Card كأداة تأليف تخدم هذه البيئة، ويعلق هندلي Hendaly علي

دور نظام الهايبركارد في نشر الوسائل الفائقة » بأن نظام الهايبركارد علي الماكنتوش لم يكن مسئولاً فقط عن التواجد الموسع للوسائل الفائقة، لكنه كذلك قدم بيئة مناسبة تتيح للمعلم أن يطور بسرعة وسهولة درس معين بأسلوب الوسائل الفائقة.

- مفهوم الوسائط الفائقة :

يستخدم البعض مصطلح الوسائط الفائقة كمرادف للوسائط المتعددة المتفاعلة Interactive Multimedia (IMM)، علي اعتبار أن الوسائط الفائقة تتطلب مبادرة من المستخدم للحصول علي المعلومات وذلك بتتبع مسارات داخل الصحيفة لتحقيق هدف معين، كما أن نظم الوسائط الفائقة هي نظم متمركزة حول المستخدم، حيث أنها تمنح المستخدم قدراً أكبر من التحكم.

ويؤيد ريفس Reeves هذا الاتجاه حيث عرف نظم الوسائط المتعددة التفاعلية علي أنها قاعدة بيانات كمبيوترية تتيح للمستخدم الوصول إلي المعلومات في صورها المختلفة، كالصوت والصورة والرسوم المتحركة والفيديو بالإضافة إلي النص، حيث صممت خصيصاً علي شكل وصلات بين عدد من العقد تمثل المعلومات ويتيح هذا البناء للمستخدم الوصول إلي المعلومات طبقاً لاحتياجاتهم الفريدة واهتماماتهم الخاصة، ويصرح ريفس أن مصطلح الوسائط المتعددة المتفاعلة هو مرادف لمصطلح الوسائط الفائقة، حيث يركز كلاهما علي التصميم الفريد لواجهة التفاعل الخاصة بالمستخدم.

والوسائط الفائقة تبني من عقد ووصلات تتيح للمستخدم أن يكتشف محتوي الصحيفة بطريقة غير خطية، وفي نفس الوقت تعد الوسائط الفائقة طريقة تفاعلية سهلة وسريعة معاً، وهي نظام يتيح للمستخدم الوصول والبحث عن معلومة بطريقة غير خطية بما في ذلك تطبيقات الوسائط المتعددة، حيث يمكن الانتقال بين الأشكال المختلفة كالفيديو أو قطعة موسيقية أو استعراض نص .

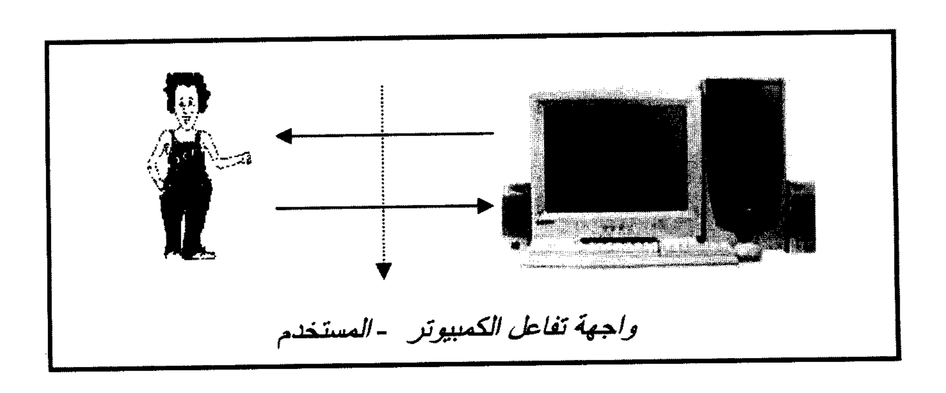
وتميز «زينب أمين» بين الوسائل المتعددة والوسائل الفائقة في كون الوسائل المتعددة تشير إلي التنوع في الوسائل المستخدمة حيث يقوم المستخدم باستخدام وسيلة أو أكثر مراعيا التزامن في استخدام تلك الوسائل، بينما الوسائل الفائقة ليست تجميع فقط للوسائل، بل تقوم علي إثراء وتعميق المعلومات المتضمنة في برنامج ما، وتقديمها في إطار متكامل فعال مؤكدة في ذلك علي تحكم المستخدم وتفاعله مع الصحيفة، هذا التفاعل يمكن المستخدم من تحديد المسارات والطرق التي تتبعها وكمية المعلومات التي يسترجعها والتحكم في سرعة تصفحه، كما أن الوسائل الفائقة لديها القدرة علي تناول ومعالجة المعلومات ذات الصلة بالموضوع بسرعة من خلال تقنيات خاصة تعرف بالوصلات، ويتم تنظيم المعلومات داخل الوسائل الفائقة في شكل شبكة والتي تنظم المعلومات بشكل مشابه لطرق معالجتها في العقل البشري، بينما تتفق نظم الوسائل المتعددة والوسائل الفائقة في أن كلاهما يشتمل علي مجموعة من الوسائل الإعلامية التي من شأنها إثارة اهتمام المستخدمين وجعل خبراتهم ذات أثر باقي وتزويدهم بالأخبار اللازمة لتحقيق أهداف الصحيفة.

كما تختلف نظم الوسائل الفائقة عن نظم النص الفائق، فرغم التشابه بينهما في البناء إلا أن نظم الوسائل الفائقة أضافت إلي المحتوي النصي للصحيفة أنماطاً أخري من الوسائل، كالصورة الفوتوغرافية، والرسومات الخطية والبيانية والمتحركة والفيديو والصوت، كما أن جميع تلك الوسائل تعمل بشكل متكامل ومتفاعل مع المستخدم. مما تقدم يتضح أن نظم الوسائل الفائقة تخضع لنفس المعايير الخاصة بنظم النص الفائق، ونظم الوسائل المتعددة معاً، سواء من حيث بناء النظام وتوظيف الوسائل في الصحيفة كما أن التفاعل يعد شرطاً أساسياً في نظم النص الفائق .

- تصميم صفحة الاستقبال.

يرتبط مصطلح صفحة الاستقبال مع كثير من المصطلحات الأخرى مثل «واجهة التفاعل مع المستخدم User Interface » و «واجهة التفاعل المنطقية مع المستخدم Logical User Interface».. الخ، لذلك يمكن التساؤل: ما لمقصود بصفحة الاستقبال أو واجهة التفاعل مع المستخدم؟

صفحة الاستقبال أو واجهة التفاعل مع المستخدم والتي تسمي أيضا» واجهة تفاعل الكمبيوتر مع المستخدم» تمثل الحدود بين المستخدم (القارئ) ونظام الكمبيوتر، حيث يتفاعل المستخدم سواء كان شخصا أو مجموعة أشخاص مع الكمبيوتر بشقيه الآلة والصحيفة، ويتم هذا التفاعل من خلال قناة اتصال يمكن التعبير عنها بالرسم التالي



شكل (٩) واجهة تفاعل الكمبيوتر- المستخدم

وتنقسم واجهة التفاعل أو الاستقبال إلي شقين، شق منطقي وشق أخر محسوس، يتعلق الشق المنطقي بالمنطق الذي تتفاعل بها الصحيفة مع المستخدم وقد تطرقت الفصول السابقة إلي بعض الأسس المتعلقة بتفاعل القراء مع محتوي الصحيفة ، ويتعلق الشق

المحسوس بكل ما يري أو يسمع أثناء التفاعل مع الصحيفة من خلال الكمبيوتر، ويؤثر التصميم البصري لصفحة الاستقبال علي انطباع القارئ نحو الصحيفة، ومدي فهمه له ورغبته في استخدامه. ويشمل التصميم البصري جميع العناصر المرئية في واجهة التفاعل مثل تنظيم الشاشة، وعرض المعلومات وتقديم المساعدات المرئية .

وقد ركزت كثير من البحوث والدراسات علي تصميم الشاشات ووضعت لذلك عدة مبادئ مثل الانسجام، والبساطة، والتشديد، والتباين، والثبات، والوضوح، والبنية، وراحة المستخدم في تفاعله مع الصحيفة، ويتصل ذلك بما يسمي «هندسة الاستخدام» وقد أصدرت المنظمة الدولية للتوحيد القياسي ISO معيارا أطلق عليه ISO 9241 والمتعلق براحة المستخدم أثناء تفاعله مع العناصر المرئية في شاشة الكمبيوتر .

وفي مرحلة تالية أضيف الصوت إلي الصحف الإلكترونية، ولا يقصد بالصوت مجرد أصوات الأشخاص والأجراس والصفارات بل الموسيقي والمؤثرات الصوتية مما ساهم في ظهور مصطلح «واجهة التفاعل المسموعة مع المستخدم AUL» ولا يعني ذلك الفصل بين واجهة التفاعل المسموعة وواجهة التفاعل الرسومية بل يتمثل في معالجة للصوت وتوظيفها في الصحيفة بجانب الرسومات، وحيث أن التوجه الحالي في بناء واجهات تفاعل الصحف الإلكترونية لا يتصل فقط باستخدام الرسومات والأصوات فحسب بل استخدام الوسائط المتعددة بشكل متفاعل ومتكامل، لذلك شاع استخدام مصطلح «واجهة التفاعل متعددة الوسائط مع المستخدم MUL» وتتعلق بتوظيف عناصر الوسائط المتعددة داخل الصحيفة لتتفاعل مع المستخدم.

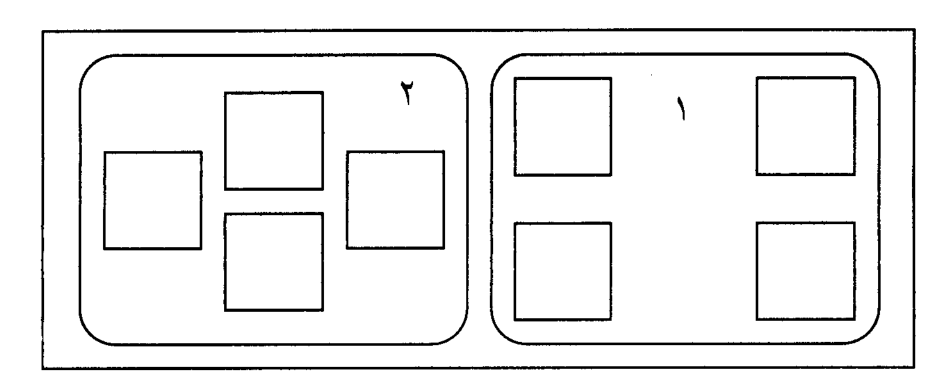
- مبادئ عامة في تصميم صفحة الاستقبال (واجهات التفاعل):

كما توجد بعض المبادئ العامة التي تتصل بتصميم الإطارات في الصحف علي اعتبار كونها محور واجهة التفاعل مع موضوعات الصحيفة الإلكترونية :

١- البساطة Simplicity، وهو من أكثر المبادئ شيوعا في تصميم واجهات التفاعل، ويشير إلي تفضيل التصميم البسيط في أي عنصر من عناصر واجهة التفاعل.

٢- إتاحة قدر كاف من المساحات الفارغة Blank Spaces، والتي لا تكلف المصمم شيئاً بل تساعد علي وضوح باقي العناصر المستخدمة في الإطار .

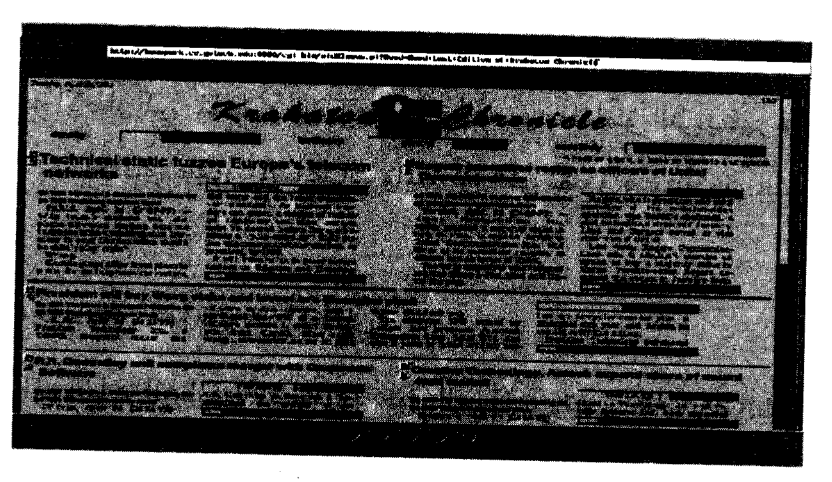
٣- اتزان عناصر الإطار، ويتعلق مبدأ الاتزان بتوزيع العناصر داخل الإطار مع مراعاة المساحات الفارغة، ويجب التنبه إلي أنه ليس كل توزيع متناظر متزن، بل يجب أن يصاحب مبدأ الاتزان مبدأ الوحدة، كما يتضح من الشكل رقم (١٠) حيث يظهر أن الإطار الأول لا يوحي بالاتزان رغم توزيع عناصره بشكل متناظر بل يعطي شعوراً أن العناصر مبعثرة في أرجاء الشاشة لافتقاده لمبدأ الوحدة، وفي الإطار الثاني تقريب العناصر من بعضها البعض أعطي شعوراً بالوحدة والاتزان معاً .



شكل (١٠) اتزان عناصر الشاشة بمبدأ الوحدة

٤- التصميم المنطقي لعناصر الإطار، يجب أن يراعي التصميم المنطقي في جميع عناصر إطارات الصحيفة الإلكترونية، فالإطار ليس عملاً فنياً بقدر كونه واجهة تفاعل مع القارئ والمتصفح، ومن أشكال التصميم المنطقي استخدام السهم المتجه لليمين يعني الإطار التالي، والسهم المتجه لليسار يعني الرجوع للإطار

السابق، وشكل الورقة يعني طباعة الموضوع أو محتويات الإطار، ويجب أن ينص علي معاني تلك الرموز بعبارات شارحة في إطارات الصحيفة الإلكترونية كما بالشكل (١١).



شكل ( ) نموذج لإطار في صحيفة إلكترونية

٥- التركيز علي الرسومات أكثر من النصوص في تصميم الإطارات .

٦- استخدام أكثر من نافذة Multiple Windows: قد تستخدم أكثر من نافذة في نفس الإطار ويطلق علي ذلك أسلوب النوافذ المتعددة والذي يساعد علي استغلال مساحة الإطار بشكل أكبر حيث يمكن أداء أكثر من وظيفة في نفس الوقت، وترتب تلك النوافذ داخل الإطار بشكل متجاور أو بشكل متراكب وذلك في حالة الرغبة في استخدامها في نفس الوقت .

٧- استخدام أكثر من إطار Multiple pages frames : كما يستخدم أكثر من نافذة في نفس الإطار فإنه يستخدم كذلك أكثر من تصميم للإطارات في نفس الصحيفة، فلا يجب تصميم نمط موحد لجميع إطارات الصحيفة بل يفضل أن يكون التصميم معبراً عن وظيفة الإطار، بحيث يكون لدينا تصميما موحداً

لإطارات عرض الأخبار يختلف عن تصميم آخر خاص بإطارات بريد القراء وآخر للبريد الإلكتروني، ويجب الاحتفاظ بالاتساق بين تصميم الإطارات التي تقوم بنفس الوظيفة مثلاً التصميم الموحد لإطارات التوجيهات أو التحذيرات يجعل المتصفح يدركها حتي قبل أن يقرأ كلمة التوجيه أو التحذير .

٨- تقسيم الإطار إلي مناطق وظيفية بحيث يتم تحديد المناطق التي يظهر فيها التعليق، وكذلك مناطق ظهور المساعدات والمناطق التي تظهر فيها أزرار التفاعل، حيث يجب مراعاة

- تحديد مساحات تتناسب مع المحتوي .

- وضع المساحات الوظيفية الصغيرة حول الحواف، وليس في وسط الشاشة، ووضع العناصر الهامة في وسط الشاشة .

- تنسيق العناصر في أشكال منطقية ومألوفة، وهنا يجب مراعاة اتجاه قراءة اللغة ففي اللغة العربية يكون العنصر الأول في أعلي يمين الشاشة وفي اللغة الإنجليزية يكون في أعلي يسار الشاشة .

٩- تنظيم محتويات الإطار مع حركة العين : بينت البحوث علي أن القراء باللغة الإنجليزية كلغة أولي تتحرك أعينهم بين محتويات الشاشة بداية بأعلي يسار الشاشة ثم تنزل إلي أسفل متجه نحو اليمين ثم تعود إلي اليسار مرة أخري في أسفل الشاشة كما لو كانت تسير في شكل علاقة (>) ، وبمراعاة أن اللغة العربية تقرأ من اليمين إلي اليسار أي عكس اتجاه الإنجليزية فإن حركة العين يتوقع أن تكون في شكل (<) .

١٠- تدرج بناء إطارات الصحيفة للموضوعات، تتميز إطارات الصحف الإلكترونية عن صفحات الجرائد الورقية المطبوعة في أن محتواها لا يظهر مرة واحدة بعكس صفحة الجريدة حيث يتم بناء محتويات الإطار بصورة تدريجية بحيث تبقي

العناصر المستخدمة فقط عليها مع التحديث المستمر لمحتوياتها وفقاً للقواعد التالية :

- التدرج في عرض محتويات الإطار .
- ربط الإطار بالمحتوي السابق .
- تقسيم النصوص الطويلة .
- الإشارة لبداية إطار جديد .

التخطيط لإصدار صحيفة إلكترونية :

لإصدار صحيفة إلكترونية (جريدة أو مجلة) هناك العديد من الخطوات والإجراءات والعمليات التي تتخذ قبل الإصدار، مما يساعد علي نجاح التخطيط ومن ثم المساعدة علي الإنتاج الجيد للصحيفة من الناحية الفنية والعلمية والعملية والمادية لظهور صحيفة إلكترونية علي درجة عالية من الجودة.

وفيما يلي نتناول هذه الخطوات بشيء من التفصيل لتوضيح عملية التخطيط، وهي:

١- تحديد رسالة الصحيفة وغايتها وترجمة ذلك إلي مجموعة من الأهداف لإصدار صحيفة إلكترونية :

والهدف من إصدار أي صحيفة إلكترونية هو التحديد الدقيق والتفصيلي لجدوي مشروع إصدار صحيفة إلكترونية من الناحية الفنية والاقتصادية والصحفية والتسويقية، والمقارنة بين البدائل المختلفة التي يمكن أن ينفذ بها إصدار الصحيفة الإلكترونية. وهذه البدائل قد تكون بدائل تحريرية أي في أسلوب تحرير الصحيفة الإلكترونية، أو شكلية في أسلوب الإخراج الإلكتروني، أو بدائل تكنولوجية أي في طريقة الإنتاج، أو في

نوعية الأجهزة والبرامج المستخدمة، أو بدائل في موقع الصحيفة علي شبكة الإنترنت، أو في نوعية المواد المستخدمة، أو في مصادر الحصول عليها.

وهي خطوة مهمة يتم فيها تحديد رسالة الصحيفة، أو المهمة الأساسية التي تسعي الصحيفة إلي تحقيقها مستهدفة قطاعا جماهيريا محددا أو قطاعات عامة،والغايات التي تسعي الصحيفة إلي تحقيقها في إطار رسالتها، والأهداف المحددة مضمونا وانتشارا وإعلانا خلال توقيتات معينة.

ويقسم «محمود علم الدين» الأهداف العامة للمؤسسة الصحفية في بعدين :-

البعد الأول: يتعلق بمضمون الرسالة الإعلامية للصحيفة الإلكترونية ويتضمن عددا من الأهداف الفرعية وهي:

- الأخبار.
- دعم المبادئ والأسس التي يقوم عليها المجتمع.
- رفع المستوي الفكري والثقافي ونشر الوعي السياسي لتكوين رأي عام مستنير.
- الإمتاع والترويح عن القراء بالمادة الخفيفة.

البعد الثاني: يتعلق بتحول الصحافة إلي صناعة لها متطلباتها وأدواتها وبالتالي ارتباط بقائها بالدخل، ويشمل مجموعة الأهداف الفرعية التالية:

- تحقيق الربحية، مما يضمن عائدا استثماريا علي رأس المال يكفل لها الاستمرار في تقديم خدماتها ويحقق رسالتها الإعلامية.
- الاستقلال المالي بما يضمن لها الاستقلالية التامة في خدمة رسالتها الإعلامية ومتابعة التطور السريع في تقنية الصحافة الإلكترونية.

تسعي الصحيفة الإلكترونية إلي تحقيق الأهداف التالية :

- تغرس حب القراءة وتفتح شهيته علي تذوق الأدب.
- تنمية القاموس اللغوي والثروة اللغوية عن طريق نمو مفرداته .
- التدريب علي التذوق الفن والمساعدة علي تربية الذوق الجمالي عنده، ويمكن استغلال الصور والرسومات الثابتة والمتحركة الملونة لتحقيق هذا الهدف .
- تشجيع القارئ علي حب البحث والاكتشاف وتنمي فيه القدرة علي الإبداع والابتكار، وذلك بشرح مبسط بالصوت والصورة للأشياء المختلفة التي يمكن أن يستعملها.
- الكشف عن قدرات ومواهب القراء وذلك بنشر إنتاجهم المتنوع بين رسم وقصة وشعر ومقال ....الخ .
- التركيز علي الدور الهام الخاص بتثقيف القارئ من خلال نشر المعارف والمعلومات بأسلوب مشرق وجذاب سواء من خلال القصص أم باستخدام الوسائط المتعددة الفعالة .
- تسلية القارئ بطريقة مهذبة وجادة تبعث في نفسه المرح والتفاؤل.
- مساعدة القارئ علي أن يشب عصريا في سلوكه وأسلوبه في التفكير ومواقفه في الحياة .

وحتي تحقق الصحيفة الإلكترونية هذه الأهداف يجب أن تتمتع بالسمات والخصائص التالية:

- سهولة الاستخدام من حيث الفتح والغلق والانتقال من صفحة إلي أخري.
- تتمتع الصحيفة بواجهات رسومية ملونة وذات جاذبية وزخارف محببة .

❖ تتوجه الصحيفة للفرد بأكثر من لغة، وهذا الأمر يساعد القارئ علي تعلم لغة أخري إلي جوار لغته الأصلية .

❖ الاعتماد علي الإيقاع السريع الذي يتناسب مع الحركة الدائبة للفرد، فالحركة تعتبر عنصراً من عناصر الجاذبية والتشويق.

❖ الاستعانة بالأصوات الإنسانية وأخري كأصوات الحيوانات والطيور والماء بالإضافة إلي الموسيقي والغناء والمؤثرات الصوتية المتعددة، الأمر الذي يضفي علي الصحيفة بهجة وثراء.

❖ توفير عنصري الإثارة والتشويق وعنصر التحدي المتدرج أي من السهل إلي الصعب وبخاصة في برامج الألعاب.

٢- تحديد الجمهور ودراسة ومعرفة احتياجاته:

ويتم ذلك من خلال إجراء دراسات ميدانية علي عينات من الجمهور المستهدف من الإصدار، ويستعان هنا بتقنية بحوث الجمهور بأنماطها المختلفة .

٣- دراسة الصحف المنافسة:

وذلك من خلال عملية تحليل مقارن لمضمون (محتوي)، وشكل (بساطة ووضوح التصميم) الصحف المنافسة، سواء (المطبوعة أو الإلكترونية)، أو للصحف الإلكترونية المشابهة للصحيفة الإلكترونية المخطط لإصدارها، وأخذها في الاعتبار عند التخطيط لإصدار الصحيفة لتفادي الأخطاء التي وقعت فيها بعض أو كل هذه الصحف، وتدعيم وتأكيد المزايا والإيجابيات التي تسعي هذه الصحف إلي تحقيقها حتي نصل في النهاية إلي تصميم صحيفة تحوز علي إعجاب وإرضاء غالبية القراء، وتضم وتحتوي علي كل ما يحتاجون إليه ويرغبون فيه.

ويمكن تحديد أوجه المنافسة من حلال التعرف علي :

١- الخصائص التي تتميز بها كل صحيفة عن الأخري.

٢- نوعية الخدمات التي تقدمها كل صحيفة وتنفرد بها عن غيرها.

٣- نوعية المعرفة التي تقدمها كل صحيفة في مقابل نوعية المعرفة التي يحتاجها الجمهور.

٤- كيفية تعامل الجمهور مع المعلومات علي الإنترنت.

٥- خصائص المعلومات المقدمة عبر الإنترنت.

٤- اختيار اسم الصحيفة وشعارها :

واسم الصحيفة هو ملك قانوني لها، لا ينبغي أن يكون تكرارا لاسم أخر، وفي الوقت نفسه ينبغي أن يكون سهلا وبسيطا وواضحا ومعبرا عن غرض ومضمون الصحيفة وهدفها بقدر الإمكان.ويفضل ألا يزيد عن ثماني حروف حتي يسهل علي الجمهور تذكره وكتابته، وان يكون من اختيار الجمهور من خلال إجراء استطلاع بالبريد الإلكتروني (ويشمل البدائل أمام المتلقي للاختيار منها- كما يمكن ترك الحرية للمتلقي لاقتراح الاسم المناسب له) .

٥- تحديد الوقت المناسب لتحديث محتويات الصحيفة :

ويقصد بها تحديد التوقيت المناسب لتحديث محتويات الصحيفة مع وضع تاريخ للمحتويات الجديدة،وتقوم المواقع العالمية بتحديث محتوياتها كل عشر دقائق حتي تستطيع أن تقدم خدمة متميزة للقراء من خلال سرعة تغطية الحدث وقت وقوعه. لذلك يجب تحديث المحتوي حتي لا تتقادم محتويات الصحيفة الأمر الذي يجعل القارئ

الذي يبحث عن معلومات وتفاصيل حديثة يتجه إلي المواقع العالمية للحصول علي ما يريد .

٦- الاستقرار علي السياسة التحريرية :

وهي ترجمة لسياسة الصحيفة وأغراضها وهدفها من الصدور، وتجيب علي سؤالين: ماذا انشر، وكيف انشر؟ كما أنها تتصل بشخصية الصحيفة وتوجهها التحريري.

٧- وضع التصميم الأساسي للصحيفة :

وهو الشكل الثابت أو المظهر الذي يتسم بالثبات النسبي، مع الأخذ في الاعتبار مرونة التصميم من اجل التغير، ولكي يصبح التصميم مرن وقابل للتغير بسهولة، يجب أن تستخدم قوالب ومواصفات تصميميه عند بدء التصميم لتحديد نوع الخط، وحجم الخط، والألوان، والصور الخلفية وهكذا للرجوع إليها عند الرغبة في التغير .

٨- اختيار النظام الإنتاجي للصحيفة :

ويقصد به الاستقرار علي نظام وشكل الإخراج للصحيفة الإلكترونية، ويفضل الإخراج الرأسي وخاصة في إخراج الصفحة الرئيسية، حيث تتخذ الصحيفة شكل المستطيل الأفقي (طبقا للشاشة)، وهذا ما يجعل التصميم الرأسي يناسبها أكثر من التصميم الأفقي، فمساحة الشاشة عادة لا تحتمل أكثر من خبر واحد فقط، حيث أن عرض الشاشة الكلي المرئي للقارئ في الكمبيوترات العادية يساوي ١٧سم، بينما طولها يساوي ١٣سم. وتتوافر الآن أنظمة متكاملة لإصدار الصحف الإلكترونية، تستعين بها الصحف الإلكترونية في التصميم والإخراج والنشر وفي كافة خطوات عملية الإنتاج.

٩- اختيار الكادر البشري المؤهل وتوزيعه علي الأقسام المختلفة:

وهذا الكادر الصحفي ينبغي أن يغطي قطاعات الصحيفة المختلفة: القطاع التحريري، القطاع الفني، القطاع التكنولوجي، القطاع الإداري، وتبدأ تلك العملية باختيار رئيس التحرير وكبار معاونيه.

وعملية إنتاج صحيفة تحتاج إلي توزيع الأدوار، فمن النادر أن تتوفر في شخص واحد كافة الخبرات اللازمة للقيام بكافة المهام التي يتطلبها تصميم موقع صحيفة، حيث أن هذه العملية تتطلب خبرات مختلفة لكل منها أدوار محدده .

١٠- وضع الميزانية التقديرية وحساب التكاليف:

وتتضمن: التكاليف الثابتة مثل المباني والمنشآت والتجهيزات وما تحتاجه من كهرباء ووصلات واتصالات، والتجهيزات الإنتاجية، والتكاليف المتغيرة كالأجور والأفلام..وغيرها.لذلك يجب إجراء موازنة بين متطلبات العمل وبين الزمن والميزانية المتاحة .

١١- تدبير التمويل اللازم من خلال رصد ميزانية ثابتة للصحيفة:

من خلال التمويل المتاح، أو من خلال طرح اسهم المؤسسة الصحفية للاكتتاب العام، أو الحصول علي قروض وتسهيلات بنكية.

١٢- الاتصال بالمعلنين وحثهم علي الإعلان في الصحيفة:

وهذه العملية ترتكز علي التقديم الجيد للصحيفة المقترحة وسياستها وتوجهها وشكلها ومضمونها المقترح، ويرتبط بها عمل حمله إعلانية عن الصحيفة الإلكترونية الجديدة.

١٣- توفير المقر والتجهيزات التكنولوجية المختلفة للإصدار:

وتختلف هنا الصورة حسب الحجم المخطط والتمويل المتوافر، فقد يكون للصحيفة مقر ثابت وتجهيزات تكنولوجية، وقد تعتمد علي تجهيزات تكنولوجية خارجية.

١٤- وضع خريطة تنظيمية للصحيفة:

تحدد خطوط السلطة والمسئوليات والعلاقات وخط سير النص الصحفي من المحرر إلي شاشة الكمبيوتر الشخصي للمتلقي.

١٥- إنشاء موقع للصحيفة علي الوب:

يجب علي فريق العمل إنشاء موقع للصحيفة علي شبكة الإنترنت، وكذلك اختيار الكمبيوتر الخادم الذي يتم وضع الموقع عليه، وتحديد ما إذا كانت الصحيفة سوف تعتمد علي أحدي الشركات لتستضيف الموقع أو سيتم وضع الموقع علي كمبيوتر خادم خاص بالصحيفة .

١٦- الاتفاق مع قواعد البيانات:

الاتفاق مع قواعد البيانات ووكالات الصور والرسوم الثابتة والمتحركة، وكذلك وكالات الخدمات الصحفية، ووكالات الإعلان الاستفادة من خدماتهم .

١٧- إعداد خطة الحملة الإعلامية والإعلانية:

إعداد خطة الحملة الإعلامية، وكذلك الحملة الإعلانية عن الصحيفة وجدولتها، وتنفيذها، لتمهيد الرأي العام وتعريفه بالصحيفة الجديدة وأهدافها وتوجهها والجديد

الذي سوف تحمله مقارنة بالصحف المنافسة لها، من خلال وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال الإعلان عبر شبكة الإنترنت والوب، وفي المواقع الأخري المشابهة مع الصحيفة أو ذات الصلة والتعاون بينهم .

١٨- تحديد الموعد النهائي:

وذلك لوضع محتويات الصحيفة داخل التصميم في موقع الصحيفة علي شبكة الإنترنت، لنشر مضمونها لأول مرة علي الجمهور، مع مراعاة نوع وشكل وكثافة المواد المنشورة حتي يمكن تخفيض زمن التحميل حتي لا يمل القارئ ويبتعد عن موقع الصحيفة.

- متطلبات إنتاج بنية الصحف الإلكترونية على الإنترنت

تنفيذ مواقع الإنترنت من قبل الهيئات والمؤسسات فى أى مجال سواء مجال الإعلام أو التعليم ليس بالأمر البسيط الذى قد يتخيله البعض، فهناك قوى بشرية وتجهيزات مادية لابد من التأكد من توافرها، ويمكن تقسيم متطلبات إنتاج مواقع الإنترنت إلى ثلاث متطلبات هى :-

الأجهزة Hardware :

يتحدد اختيار الأجهزة والمعدات اللازمة لتصميم الصحيفة الإلكترونية الموجهة لطفل ما قبل المدرسة بعدد من العوامل أهمها :

- عناصر الوسائط المتعددة المستخدمة في الصحيفة .
- نظم التأليف أو لغات البرمجة المستخدمة في الصحيفة.
- الإمكانيات المادية اللازمة لشراء الأجهزة والمعدات.

ونظرا لان التوجه الحالي في صناعة الصحف الإلكترونية يسير نحو إنتاج صحف تعتمد على الوسائط المتعددة، ومثل هذه البرامج يتطلب مواصفات خاصة في الأجهزة الخاصة بالإنتاج تفوق المواصفات التقليدية، لذا يجب أن تتوافر المواصفات التالية فى الأجهزة المستخدمة فى إنتاج موقع الصحيفة .

جهاز كمبيوتر متعدد الوسائط :

وهو عبارة عن كمبيوتر الحد الأدنى لمواصفاته كالتالي :

- معالج لا تقل سرعته عن ١ جيجاهرتز .
- ذاكرة عشوائية لا تقل عن ١٢٨ ميجابايت .
- قرص صلب سعته لا تقل عن ٤٠ جيجابايت .
- مشغل أقراص مدمجة CD-Drive لا تقل سرعته عن ٥٢X ويفضل بدلاً منها مشغل أقراص مدمجة للفيديو DVD-Drive .
- مشغل أقراص مرنة Floppy Drive .
- وحدة تسجيل أسطوانات مدمجة CD-RW Drive لا تقل سرعتها عن ١٠X.
- كارت شاشة Super VGA لا تقل ذكرته عن ٣٢ميجابايت .
- شاشة عرض ملونة لا تقل عن ١٥بوصة وتعرض بكثافة ضوئية لا تقل عن ٨٠٠X٦٠٠بكسل .
- كارت صوت Sound Card لا تقل ذاكرته عن ٦٤ ميجابايت .
- كارت فيديو Video Card .

- كارت مودم Modem لا تقل سرعته عن ٥٦ ميجابايت .

- أدوات التأشير Pointer Devices مثل الفأرة أو كرة التعقيب .

- لوحة مفاتيح Multimedia Keyboard.

- سماعات خارجية لا تقل عن ٣٠٠ وات .

وتعتبر المواصفات السابقة هى الحد الأدنى المناسب لإنتاج موقع للصحيفة على الإنترنت علما بأنه توجد هناك أجهزة كمبيوتر تعمل بمواصفات أقل أو أعلى من هذه المواصفات تستخدم لهذا الغرض، والتفاوت فى القوى والكفاءة التى تظهر بها الصحيفة وكلما كانت المواصفات أعلى كلما كانت أفضل.

الملحقات :

- الماسح الضوئى Scanner : يقوم بتحويل الصور البصرية (الفوتوغرافية أو العادية) إلى صور رقمية يمكن استعراضها ومعالجتها وحفظها باستخدام الكمبيوتر .

- كاميرا التصوير الصور الثابتة الرقمية Digital Photo Camera : تستخدم لتصوير صورة ثابتة ثم تخزينها فى شكل رقمى يستطيع أن يتعامل معها الكمبيوتر.

- كاميرا فيديو رقمية Digital Video Camer : تستخدم لتصوير أفلام الفيديو الرقمية.

- الميكرفون Microphone : يستخدم لإدخال الصوت وتسجيله من خلال توصيلة بكارت الصوت .

- وحدات تخزين Storage Unites : مثل الأقراص المدمجة CD-ROM التى تسع حوالى أكثر من ٦٥٠ ميجابايت من البيانات أو الأقراص المدمجة للفيديو DVD التى تصل السعة التخزينية للقرص الواحد أكثر من واحد جيجا بايت .

البرامج :

تتعدد أنواع البرامج المستخدمة في تصميم و إنتاج الصحف الإلكترونية على الإنترنت والتي يمكن ذكر أهمها فيما يلي :

١- برامج إنتاج موقع الصحيفة الإلكترونية على شبكة الإنترنت :

وهى البرامج المستخدمة في إنتاج ملفات الوسائل المتعددة التي سيتم استخدامها في الصحيفة الإلكترونية، ومن تلك البرامج :

- **برامج معالجة الصوت والفيديو:**

توجد برامج للصوت متعددة يمكن استخدامها عند تصميم الصحف الإلكترونية متعددة الوسائط من أهمها:

- . Adobe Premiere
- .Apple Final Cut Pro
- .Apple Quick Time
- .Real Producer
- .Windows Media

- **برامج معالجة الصور والرسوم الثابتة:**

البرامج اللازمة لعنصر الرسومات والصور الثابتة كثيرة سواء على النظام Windows الذي يعمل مع الأجهزة المتوافقة مع I.B.M. (PCS) أو نظام Apple Macintosh والحديث من هذه البرامج له إصدارات للنظامين والأمثلة التالية للشائع منها :

- Adobe Photoshop.
- Macromedia Fireworks.
- Corel Photo-Paint.
- Adobe Illustrator.
- Macromedia FreeHand.
- CorelDRAW.

- **برامج إنتاج الرسوم المتحركة:**

تعتبر برمجيات الرسوم المتحركة قليلة عن بقية برامج العناصر الأخرى، وذلك لما تتطلبه من قدرات فنية وموهبة تستطيع إنتاج هذه الرسوم بالشكل المناسب، وعموما فان برمجيات كثيرة يمكن أن تعرض الرسوم المتحركة إلا أن عملية إنشاؤها وإجراء التعديلات على ملفاتها هي التي تتطلب هذه البرامج والتي منها:

- Adobe LiveMotion.
- Macromedia Flash.

- **برامج معالجة النصوص:**

يوجد عدد من برامج معالجة النصوص المكتوبة على شبكة الإنترنت من أهمها :

- Java Script .
- VBScript.
- الناشر الصحفي، النايسس، كلاريكس وركس .
- برامج الجداول الإلكترونية Spread Sheet Programs

هى البرامج المسئولة عن وضع بيانات فى جدول واجراء العمليات الحسابية عليها وتمثيل هذه البيانات بالرسوم البيانية والتوضيحية ومن أمثلة هذه البرامج Microsoft Ecxel .

- برامج قواعد البيانات Data Base Programs

برامج تقوم بتخزين البيانات وفهرستها وتصنيفها بشكل يسهل الحصول عليها، ومن أمثلة هذه البرامج برنامج Microsoft Access .

- برامج الرسوم ذات الأبعاد .

برامج يتم من خلالها إنتاج الرسوم ثنائية الأبعاد والرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد ومن أمثلة هذه البرامج برنامج Animatior، وبرنامج 3D MAX .

وتعتبر هذه البرامج مهمة في إنتاج برامج الوسائط المتعددة ويتوقف اختيارها على نوعية الوسائل الداخلة في الصحيفة فإذا كان البرنامج لا يحتوى مثلا على لقطات فيديو فلا مبرر لاستخدام برنامج تحرير الفيديو، كذلك تزويد نظم التشغيل الحالية بعدد من تلك البرامج ضمن حزمة النظام فعلى سبيل المثال يزود نظام الويندوز ببرنامج لتسجيل وإذاعة الصوت «Sound Recorder» وبرنامج للرسم «Paint Brush» وبرنامج لتشغيل ملفات الفيديو والرسومات المتحركة « Video for Windows، Media

Player" وتعتبر البرامج الملحقة بنظام التشغيل غير كافية لتصميم و إنتاج الصحف الإلكترونية متعددة الوسائط، لذلك بالإضافة إليها يتم استخدام برامج أكثر تقدما.

٢- برامج تصميم وتطوير موقع الصحيفة على شبكة الإنترنت:

تقدم برامج تصميم وتطوير مواقع الصحف على الإنترنت إطاراً عمليا لتنظيم وإعداد مكونات الموقع من النص المكتوب والصوت المسموع والصور الثابتة والمتحركة، كما تقوم هذه البرامج بتصميم التفاعلية داخل الصحيفة، فهى تعمل على تقديم بيئة متكاملة تربط بين المحتوى المقدم والتفاعل بين الطفل وعناصر الصحيفة وتشمل :

١- لغة ترميز النص الفائق HTML :

وهى اللغة الأساسية التى تستخدم فى إنشاء المواقع وتتميز بأنها بسيطة ورموزها سهلة، كما أنها لا تعتبر لغة برمجة بالضبط لأنها لا تحتاج لبرنامج يترجمها للغة الحاسب بل يتم تنفيذ تعليماتها مباشرة عبر متصفح الإنترنت .

- برامج التصميم :

هى برامج متخصصة فى تصميم وتطوير المواقع دون الدخول فى التفاصيل الخاصة بالبرامج ومن أشهر برامج التصميم برنامج Microsoft FrontPage من إنتاج شركة ميكروسوفت العالمية وبرنامج Macromedia Dreamweaver من إنتاج شركة ماكروميديا .

٢- برامج العروض والحركة :

برامج تضيف بعض المؤثرات الخاصة مثل الحركة أو العروض التقديمية للموقع مثل برنامج Macromedia Flash من إنتاج شركة ماكروميديا .

وهى برامج تعمل على تحويل لغات البرمجة عالية المستوى HLL، التي يستخدمها المبرمج في كتابة برامجه إلى لغة الآلة التي تتفاعل معها أجهزة الكمبيوتر وتقوم بتنفيذها. وتتوفر برامج المترجمات بشكل متكامل مع حزم لغات البرمجة المستخدمة مثل حزمة لغة البيزيك المرئي Visual Basic، أو حزمة لغة السى Developer Visual C Toolkit++، وتستخدم المؤسسات التي تقوم بإنتاج وتصميم الصحف الإلكترونية في البيئة المصرية عددا من اللغات في عملية الإنتاج ومن أهمها:

أ – لغة HTML.

ب- لغة XHTML.

ج – لغة السى المرئية Visual C++.

د – لغة البيزيك المرئي Visual Basic.

هـ – لغة دلفى.

٣- لغات التأليف Authoring Language :

صممت لغات خاصة لمصممي الصحف الإلكترونية أطلق عليها لغات التأليف، وكان الهدف من تصميمها أن تكون ابسط واسهل من اللغات ذات المستوى العالي وتشتمل هذه اللغات على مجموعة تعليمات سهلة ومبسطة تعطى الفرصة للقارئ من استخدامها والتعامل معها.

٤ – نظم تأليف الوسائط المتعددة Multimedia Authoring Systems :

يوجد العديد من لغات التأليف ولغات البرمجة عالية المستوى المستخدمة في تصميم الصحف الإلكترونية مثل WYSIWYG،HLL،HTML،Frontpage،Photos

hop،Macromedia Dreamweaver والتي تتطلب مستوى عالي ودراية وخبرة باستخدامها في تصميم الصحف الإلكترونية والتي تساعد المصمم في سهولة الاستخدام وسرعة الإنجاز التي تقدمها نظم التأليف المختلفة وبوجه عام فان اختيار نظام تأليف معين يقوم على ثلاث عوامل تراعى في عملية الاختيار وهى:

- الأجهزة التي تعمل عليها تلك النظم.
- طبيعة محتويات الصحيفة الإلكترونية المزمع إنتاجها من خلال تلك النظم.
- البرامج النفعية Utilities المقدمة لمستخدمي تلك النظم .

وعملية الاختيار ليست مجرد عملية مفاضلة بين سمات تلك النظم ، بل يجب مراعاة الطرق المختلفة التي تعرض بها الخبرات من خلال تلك النظم.

القوى البشرية :

يعتبر فريق العمل في مجال إنتاج وتصميم الصحف الإلكترونية متعددة الوسائل هو المسئول بكافة أفراده عن نجاح التصميم من عدمه، ولكل عنصر من عناصر التصميم متخصص أو عدد من المتخصصين، وكذلك قد يجمع فرد واحد أكثر من تخصص على أن تتقارب بالمهارات اللازمة للعناصر التي يقوم بالعمل في إنتاجها نظرا لاختلاف مصادر الحصول على المعلومات التي يمكن للفريق الحصول عليها من الإنترنت أو المصادر الأخرى، وأعضاء الفريق اللازمين لإنتاج وتصميم العناصر اللازمة للصحيفة الإلكترونية، على الرغم من انه نادرا ما تتوفر في شخص واحد كافة الخبرات اللازمة للقيام بكافة المهام التي يتطلبها تصميم موقع الصحيفة وخاصة في حالة المواقع المعقدة لذلك فان فريق العمل قد يتكون من : كتاب، ومصورين، ورسامين، ومصممين فنيين، ومبرمجين، وفنانين وسائط متعددة، ومصممي ويب.

ويمكن تقسيم مهام تصميم الصحيفة الإلكترونية إلى الأدوار التالية :

- **مصمم الوب:**

يقوم مصمم الوب بعدد من المهام الفنية اللازمة لتصميم الصحيفة بما فيها تصميم واجهة التفاعل(صفحة الاستقبال) وتخطيط الصفحات وإنشاء الإطارات، والقوائم، والشعارات، والأشرطة الإعلانية المتحركة، والأزرار، كذلك يقوم بتنسيق النصوص، واختيار الألوان، وإنشاء ومعالجة الصور، أحيانا يتعامل مع الصور المتحركة ومقاطع الفيديو.

ويقوم مصمم الوب بتنفيذ التصميم الذي وضعه مخرج الصحيفة(المخرج المبدع) من قبل، لذلك يجب أن يتسم بإحساس إبداعي عميق، وفهم قوى بمبادئ تصميم الواجهات ولديه خبرة بنظريات التصميم، بالإضافة إلى خبرة في مجالات متنوعة: مثل نظريات الألوان، والتصميم، والرسم، وتخطيط الصفحات والتعامل مع النصوص وان يكون لديه فكرة عن إمكانيات المستعرضات وأنظمة التشغيل وعن القيود التي تفرضها، إلى جانب قدرته على التعامل مع HTML، ومحررات WUSIWUG، وتطبيقات الرسم المختلفة.

- **المخرج المبدع:**

طبيعة عمل المخرج المبدع ظهور الشكل العام لموقع الصحيفة بأكمل صورة ممكنة، حيث يقوم بوضع التصميم الأساسي للصحيفة بما يتمتع به من خبرات حيث أن غالبية مخرجي الوب المبدعين كانوا في وقت من الأوقات مصممي وب أو مصممي رسومات.

- **المشرفين على الوب:**

يخلط البعض بين طبيعة عمل مشرف الوب ومصمم الوب، حيث أن مشرف الوب هو المسئول عن صيانة موقع الصحيفة الإلكترونية ولو أن بعض مشرفي الوب كانوا مصمموا وب من قبل، ويقوم مشرف الوب بشكل عام بتحديث الارتباطات، وتحديث الموقع بإضافة محتويات جديدة، بالإضافة إلى تصحيح أخطاء النصوص البرمجية، والإجابة على رسائل البريد الإلكتروني والمحافظة على سلامة ملقن الوب وعمله، ومشرف الوب يجب أن يتسم بدراية عالية في مجال الشبكات، وتصميم مواقع الوب والبرمجة.

- **مصمم الصوت:**

مهندس الصوت هو المسئول عن كافة العناصر الصوتية في مواقع الصحيفة على الإنترنت، بما فيها المقطوعات الموسيقية، والمؤثرات الصوتية والتعليقات الصوتية (الكلام المنطوق).

- **مصمم الفيديو:**

مصمم الفيديو هو الذي يقوم بإنشاء وتحرير مقاطع الفيديو التي يتم عرضها على موقع الصحيفة على موقع الإنترنت بالاشتراك مع مصمم الصوت والمخرج الفني.

- **مصمم الرسوم المتحركة:**

إنشاء الرسوم المتحركة يتطلب معرفة مسبقة لدى مصممي الرسوم المتحركة بلغات البرمجة والبرمجة النصية الخاصة بالرسوم المتحركة، ولو أن معظم الرسوم المتحركة يمكن إنشائها دون الحاجة لكتابة نصوص برمجية معقدة كما هي الحالة مع رسومات GIF المتحركة.حيث أن معظم الرسوم المتحركة المصممة الوب يمكن إنشاؤها

باستخدام أدوات التحريك، هذه الأدوات تستطيع إنشاء رسوم متحركة قوية وممتعة في وقت قصير.

- **مصمم الصور الفوتوغرافية :**

وهو المسئول عن إدخال الصور الفوتوغرافية سواء باستخدام صور سابقة التجهيز، أو باستخدام كاميرا رقمية تقوم بالتصوير وإدخال الصور إلى جهاز الكمبيوتر .

- **المبرمجون:**

وهم مسئولون عن لغة HTML وكتابة النصوص البرمجية بموقع الصحيفة، لذلك يجب أن يكون لديه خبرة في نصوص HTML،Dynamic،XML،Perl،SQL،VBS cript،javaScript،، بالإضافة إلى خبرته في استخدام إحدى لغات البرمجة.

- **المحررين:**

يقوم المحرر بكتابة وتحرير الموضوعات المستخدمة في الموقع والتي تتضمن النصوص التي تظهر على الشاشة والكلمات المصاحبة لمقاطع الصوت والفيديو.

- **خبراء الاستخدام:**

ووظيفة هؤلاء الخبراء دراسة وتحليل التصميمات الموضوعة لموقع الصحيفة لمعرفة مدى سهولة استخدامها من قبل القراء، حيث يقوموا باختبار الموقع وتقديم الاقتراحات لتحسين التصميم بحيث يجعل القراء يستطيعون الحصول على المعلومات بسهولة وسرعة.

- **مدير الصحيفة:**

وهو الشخص المسئول عن كافة التفاصيل التي تظهر في موقع الصحيفة بدءا من التصميم مرورا بالإنتاج وحتى شكل الصحيفة التي تظهر على شاشة القراء، بالإضافة إلى التعامل مع جميع أعضاء الفريق لذلك يجب أن يكون على دراية بكافة الأمور المتعلقة بتصميم مواقع الوب وقد يكون مدير الصحيفة رئيس مجلس إدارة الصحيفة أو رئيس التحرير بها.



الفصل الرابع

إنشاء مواقع الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت

- مواقع الإنترنت
- أنواع مواقع الإنترنت
- مكونات مواقع الإنترنت
- عملية بناء موقع الصحيفة على الويب
- مراحل عملية بناء موقع الصحيفة على الويب

أولا : مرحلة التحليل والتخطيط

ثانيا : مرحلة التصميم

ثالثا : التنفيذ (بناء الموقع)

رابعا : الاختبار (متابعة زيارة المستخدمين للموقع والتقييم والصيانة).

خامسا : التدعيم (المحافظة علي الموقع وتحديثه)

معاييرضبط جودة مواقع الصحف الإلكترونية علي الإنترنت



إنشاء موا قع الصحف الإلكترونية علي شبكة الإنترنت

- مواقع الإنترنت .

- ماهية مواقع الإنترنت .

تتكون مواقع الإنترنت من مجموعة من الصفحات أو الملفات المرتبطة مع بعضها البعض من خلال روابط Links لنقل القارئ من صفحة إلى أخرى وعند التصفح فى أى موقع فإن ذلك يبدأ من صفحة معينة، تشتمل على معلومات عن الموقع أو التعريف بالموضوعات التى يقدمها، كما تتضمن روابط داخلية لجميع صفحات الموقع وخارجية لمواقع أخرى، وبذلك تمثل هذه الصفحة واجهة العمل الرئيسية بالنسبة للموقع وهى ما يطلق عليها الصفحة الرئيسية Home Page .

وهناك أربعة أنواع رئيسية لمواقع الإنترنت وهى: مواقع إعلامية، ومواقع ترفيهية، ومواقع تجارية، ومواقع تعليمية .

ولقد تناولت العديد من الدراسات والأدبيات ذات الصلة بمفهوم مواقع الإنترنت أنها:

- مجموعة من صفحات الشبكة المتصلة مع بعضها البعض بوصلات النص الفائق، بحيث تكون كل صفحة متصلة بالصفحات الأخرى .
- مواقع تحتوى على معلومات متشعبة مرتبطة بمعلومات فى مواقع أخرى بحيث تتصل ببعضها باستخدام روابط نصية فائقة التداخل Links Hyper Text .
- عبارة عن وحدات من الصفحات الرقمية على شبكة الإنترنت تتكون من عناصر الوسائط الفائقة وتحتوى على أنشطة وخدمات ومواد إعلامية وتعليمية وترفيهية لفئة محددة من الجمهور(القراء) ويتم إنتاجها وفقا لمعايير وأهداف تكنولوجية وتربوية محددة .

- أنواع مواقع الإنترنت .

يصنف محمد عبد الحميد مواقع الإنترنت طبقا لوجود التفاعل على هذه المواقع إلى نوعين :

- صفحات الويب الساكنة :

يكتفى الجمهور بقراءتها فقط لغياب أدوات التفاعل مع محتواها مثل الاكتفاء بقراءة محتوى الصحيفة غير النشطة وصفحات منها أو المقالات وغيرها من صور محتوى الصحيفة التى لا تحتاج من الجمهور سوى القراءة أو الإحاطة فقط .

- صفحات الويب التفاعلية :

تختلف عن سابقتها فى أن التصميم يضم الأدوات الخاصة بالتفاعل مع محتواها مثل إتاحة الوصول إلى روابط فى مواقع أخرى، أو البحث فى قواعد البيانات والمعلومات ذات الصلة أو العلاقة بالموضوع، أو إبداء الآراء فى أى موضوعات .

بينما يقسم عبد الله الموسى، وأحمد عبد العزيز أنواع مواقع الإنترنت إلى :

- المواقع ذات المحتوى الثابت :

تشكل الجيل الأول من مواقع الإنترنت حيث تعتمد على صفحات ثابتة المحتوى، مصممة بلغة HTML ويم الانتقال بين تلك الصفحات وخارجها باستخدام روابط النص الفائق.

- المواقع ذات المحتوى المتغير :

تشكل الجيل الثانى من مواقع الإنترنت حيث تعتمد على صفحات متغيرة تستخدم فى

ذلك بعض البرمجيات مثل برمجيات JAVA أو Active X .

- مواقع ذات التطبيقات البرمجية :

وهى مواقع التطبيقات البرمجية التى ترتبط بخدمات متعددة تتيح للمتصفح أن يتصفح وظائف تلك الخدمات باستخدام أزرار متخصصة، وعند طلب الخدمة فإن الموقع يعالج الطلب من خلال برمجيات تعرف باسم Scripts، وتحتاج هذه المواقع إلى استخدام لغات خاصة مثل Microsoft Visual Basic، ولغة ASP، ولغة PHP، ولغة Java Script .

- مكونات مواقع الإنترنت.

من خلال الاطلاع على بعض الأدبيات والبحوث والمصادر المرتبطة بإنتاج مواقع الإنترنت، ومواقع بعض الصحف والمجلات الإلكترونية المتاحة عبر شبكة الإنترنت، وجد أن هناك اتفاقاً بين معظم الباحثين على أن مواقع الإنترنت تتكون من العناصر التالية:

- النصوص المكتوبة Texts(Written Word) .
- الصوت Sounds .
- الصور الثابتة Still Pictures .
- الصور المتحركة Motion Picture (Video) .
- الرسومات الخطية Graphics .

- الرسومات المتحركة Animations .

- الروابط الفائقة Hyper Links .

- قواعد البيانات Data Base .

- أدوات التفاعل والاتصال Interactive& Communication Tools .

- أدوات نظام عرض الصحيفة Newspaper tools .

ويعد تخطيط وتنفيذ موقع لصحيفة إلكترونية علي شبكة الإنترنت مشروعاً تنظيمياً رئيسياً يتطلب نجاحه ميزانية كبيرة وفهماً جيداً وقيادة مستمرة وواعية، ومن ثم لابد من خلق سياسة تنظيمية Corporate Policy تحكم نشر صفحات الصحيفة ومضمونها علي الإنترنت، وتتعرض المؤسسات الصحفية التي تفشل في تكوين سياسة خاصة بالوب Web policy لكثير من المشاكل والإخفاقات، وينتج عن إنشاء وجود للصحيفة علي الوب- من خلال موقع واحد أو عدد من المواقع- الحاجة الفورية لسياسة توصيف موقع الصحيفة، كما تحدد المسئول عن كل من تصميم وتنفيذ وإدارة الموقع من داخل الصحيفة وخارجها، وتحدد مضمون الوسائط المتعددة التي يشتمل عليها الموقع، وكذلك مضمون الموقع بشكل عام، مع التأكد من عدم تعارض هذا المضمون مع أيه حساسيات ثقافية أو دينية أو عرقية، كما تحدد هذه السياسة أيضا التقديم المناسب للصحيفة عبر موقعها والخصائص الفنية والإبداعية والتصميم الجذاب للصحيفة .

وتتضمن عملية إنشاء موقع لصحيفة إلكترونية علي الإنترنت علي تصميم الموقع باستخدام لغة Hyper Text Markup Language (HTML)، ثم وضع الموقع علي كمبيوتر خادم Server يتصل بالإنترنت، ومن ثم يصبح موقع الصحيفة هو وثيقتها الإلكترونية التي يمكن استخدامها لأغراض متنوعة منها تقديم الصحيفة

لموادها وموضوعاتها وتقديم المعلومات المفيدة للجمهور وتدعيم علاقة الصحيفة مع جمهورها المتوقع.

وتمثل عملية بناء موقع للصحيفة علي الوب تحدياً عظيماً بالنسبة للمؤسسات الصحفية التي يتعين عليها الاستعداد لتخطيط وتنفيذ ومتابعة موقعها ٢٤ساعة يومياً لتقديم وجود فعال وتنافسي لمتابعة ومسايرة الأحداث وما يستجد منها ومن الجمهور علي الوب .

- عملية بناء موقع للصحيفة علي الوب The Site Development Process :

تناول عدد كبير من الأكاديميين والممارسين المراحل المختلفة لبناء موقع للصحيفة علي الوب، وعلي الرغم من وجود كتابات كثيرة في هذا الموضوع إلا أنه تبين بعد الاطلاع عليها افتقاد أغلبها للنظرة الشاملة التي تجمع المراحل المختلفة لبناء موقع الصحيفة علي الإنترنت في إطار عملية واحدة تتسم بالتكامل والشمول .

ويعتبر " لينش وهورتون" Lynch & Horton أول من جمع المراحل المختلفة لبناء موقع لصحيفة علي الوب في إطار عملية واحدة تتصف بالشمول والتكامل.

وقسم العملية الكلية لبناء موقع للمنظمة علي الوب إلي المراحل الرئيسية التالية :

١- التحليل والتخطيط

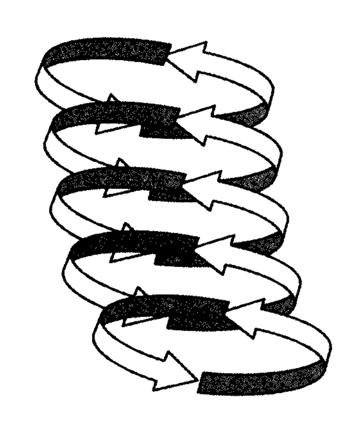
٢- التصميم

٣- التنفيذ

٤- الاختبار

٥- التدعيم

والشكل التالي يوضح مدي تسلسل المراحل الرئيسية لبناء موقع للصحيفة علي الوب .



Analysis and Planning

Design

Implementation

Testing

Support

شكل (١٢) مراحل بناء موقع للصحيفة علي الوب

ونلاحظ من ترتيب هذه المراحلمن الجهود في المشروع الجيد التصميم لبناء موقع الصحيفة، فالباحثان يشتركان مع غيرهم من الأكاديميين ومن مخططي ومصممي المواقع في أهمية التفكير الجيد في تخطيط وتصميم الموقع قبل البدء بالتنفيذ.

وقبل عرض هذه المراحل تفصيلياً من الضروري الإشارة إلي أن عدداً من الكتاب والباحثين ميز بين نوعين من مواقع الوب من حيث درجة تعقيد الموقع، حيث أكد لينش وهورتون علي أن العملية التي اقترحاها تنسحب علي المواقع الكبيرة فقط Large والتي وصفاها أيضا بالمعقدة Complex، أما كاي وميدوف kaye & Medoff فقد وصفا المواقع البسيطة أو غير المعقدة بالمواقع الأساسية Basic Web Site ، كما وصفا المواقع غير البسيطة بالمعقدة والمتعددة الطبقات Complex Multilayered site.

كما ميز بعض الباحثين بين ما وصفوه بالمواقع البسيطة والمعقدة بناء علي عدد صفحات الموقع، حيث يتألف الموقع البسيط من الصفحة الرئيسية وعدة صفحات داخلية تقل عن خمس صفحات، بينما تزيد عدد صفحات الموقع المعقد عن خمس صفحات، وهنا يجب الإشارة إلي أن عدد الصفحات يؤثر علي طريقة تصميم الروابط بين الصفحة الافتتاحية والصفحات الداخلية للموقع، كما يعقد من عملية ربط صفحات الموقع بمواقع أخري عن طريق الروابط الخارجية .

- مراحل عملية بناء موقع الصحيفة علي الوب .

أولاً : مرحلة التحليل والتخطيط :

إن إمكانيات الوب غير المسبوقة لا تنفي كونها وسيلة اتصالية تحتاج لتخطيط عملية الاتصال مثل أيه وسيلة تقليدية، كما أن رغبة المؤسسات لمواكبة تكنولوجيا الاتصال الحديثة لا يجب أن تطغي علي عملية اتخاذ القرار العقلاني والتي تطبقها غالبية المؤسسات علي عملية الاتصال عبر وسائل الاتصال التقليدية .

ويعتبر بناء موقع للصحيفة علي الوب عملية معقدة تحتاج لتخطيط محكم وتقييم دقيق، كما يلزم علي المؤسسات الصحفية أن تخطط لموقعها أو مواقعها بالأسلوب الذي يحقق أهدافها ويتناسب مع طبيعة نشاطها .

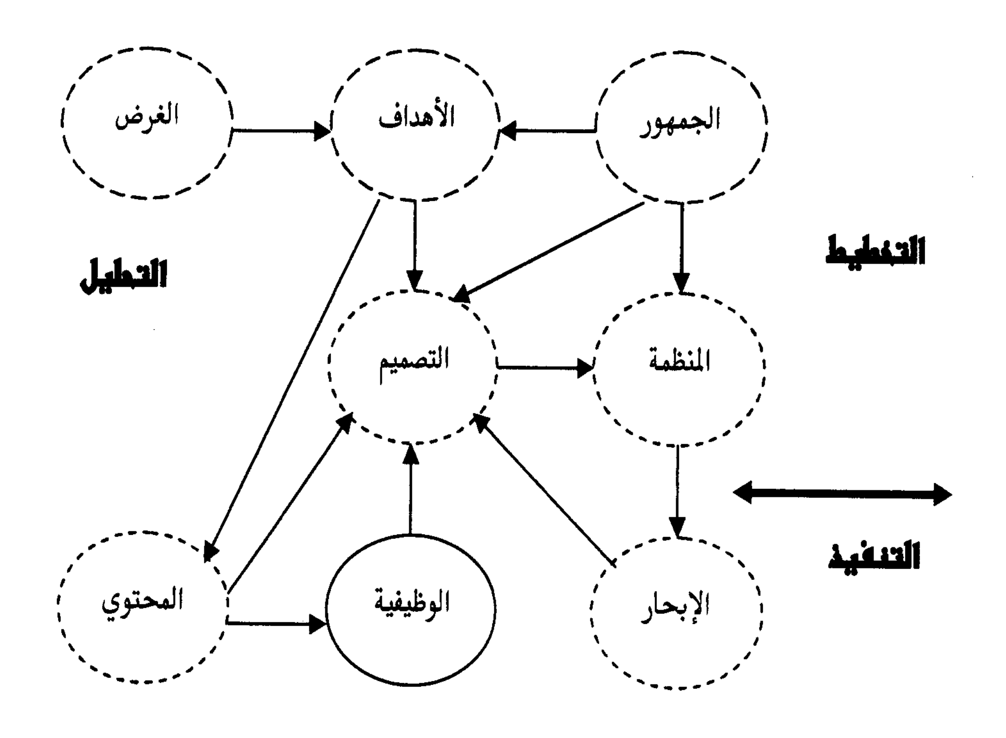
ويعد التفكير الموضوعي الأساس لتخطيط موقع الصحيفة علي الوب، حيث تظهر يوميا مواقع جديدة ولكنها لا تقدم قيمة حقيقية للصحيفة أو للجمهور، ويطلق المصممون علي هذا النوع من المواقع مواقع الاستعراض Vanity Sites وهي

المواقع التي تملكها عادة أحدي المؤسسات والتي تهدر مواردها لمجرد الوجود علي الوب، وهذا الحضور المجرد هو كل ما يعود علي هذه المؤسسات من الاستثمار في تكنولوجيا الوب ، وينتج عن التخطيط السيء والجهود غير المنظمة لإنشاء الموقع، موقع ضعيف ومحروم من الموارد ومن الاهتمام وعلي الرغم من أهمية مرحلة التحليل والتخطيط إلا أن الدراسات الأجنبية كشفت عن قلة الاهتمام بها ومن ذلك نتائج الدراسة التي أجرتها وايت White عام ١٩٩٨ علي مسئولي مواقع المؤسسات علي الوب في عدد من المؤسسات الأمريكية، ونتصور أن هذه النتيجة ليست مفاجئة لأن إنشاء مواقع المؤسسات الصحفية علي الوب كان يغلب علية الطابع التجريبي، كما تتفق النتيجة التي توصلت لها وايت مع تطور دورة حياة مواقع الوب والتي تغلب عليها مواقع الوب التجريبية (غير المخططة بشكل محكم) في الفترة من ١٩٩٤وحتى ١٩٩٨ .

ويتعين علي فريق العمل الذي يخطط لوجود المنظمة علي الوب أن يبدأ التفكير بالسؤال الرئيسي التالي: هل موقع الوب هو ما تحتاجه الصحيفة فعلا؟ بمعني هل موقع الوب هو الأداة الاتصالية المناسبة للرسالة الاتصالية التي تهدف جهة إصدار الصحيفة توصيلها للجمهور ؟.

فموقع الوب قد لا يكون مفيدا في جميع الحالات، كما أن هناك عديد من الاعتبارات التي يتعين علي جهة إصدار الصحيفة التفكير فيها قبل أن تتخذ قرار إنشاء وجود لها علي الوب، كما يتعين علي جهة إصدار الصحيفة أن تقرر ما إذا كان إنشاء موقع لها علي الإنترنت يستحق الجهود التي ستبذل والموارد التي ستخصص لإنشائه .

وترتبط عملية بناء الموقع للصحيفة بعدد من العناصر التي يجب أن تأخذ في الاعتبار عند تصميم الموقع والمرتبطة بمرحلة التحليل والتخطيط يبنها الشكل التالي.



شكل (١٣) العناصر التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند تصميم وبناء الموقع

والمرتبطة بمرحلة التحليل والتخطيط

ووضع كلليمر Kilmer مجموعة من المحددات التي يمكن أن تقيم جهة إصدار الصحيفة علي أساسها مدي ملاءمة موقع الوب لحاجتها ومصالحها :

- **طبيعة نشاط جهة إصدار الصحيفة وطبيعة موضوعاتها :** يري كيللمر أن عدم تميز موضوعات الصحيفة عن موضوعات الصحف المنافسة بمميزات خاصة وفريدة بعني أن موقع الوب لا يكون الخيار المثالي بالنسبة لجهة إصدار الصحيفة .

- **جمهور الصحيفة** :هل تتناسب خصائص جمهور الصحيفة المستهدف مع خصائص جمهور الإنترنت؟ وإذا كان جمهور الصحيفة الإلكترونية بالفعل من جمهور الإنترنت، فهل توجد فائدة خاصة للجمهور من وجود موقع للصحيفة علي الإنترنت ؟

- **نطاق نشاط جهة إصدار الصحيفة :** إن الأعمال التي تحتاج إلي الاتصال المواجهي لا تتناسب عادة مع طبيعة الاتصال عبر الوب والمثال علي ذلك الخدمات الطبية، وبالتالي لا يكون موقع الوب خياراً مثالياً لهذا النوع من الأعمال .

- لقد ساعدت الإنترنت علي تسهيل توزيع المعلومات، فإذا كان موقع الوب الخاص بالصحيفة سوف يقلل من التكاليف .

تحديد الأهداف :

ويتعين علي فريق العمل في هذه المرحلة أن يحدد بدقة الهدف من إنشاء موقع للصحيفة علي الوب، فبدون تحديد مهمة واضحة للموقع فإنه سيفشل، فالتخطيط الجيد والهدف الواضح هو الأساس لنجاح موقع الصحيفة وخصوصاً أن بناء الموقع عمل جماعي .

وتشكل التساؤلات التالية الخطوط العريضة التي يقترحها خبراء الوب لبدء التخطيط:

- ما هي رسالة الصحيفة صاحبة الموقع ؟ أو ما الغاية الرئيسية من موقع الصحيفة علي الوب؟

- كيف سيدعم موقع الوب هذه المهمة أو الرسالة ؟

- ما هي الأهداف الرئيسية للصحيفة الطويلة الأجل والقصيرة الأجل ؟

- ما هي استراتيجيات الوب التي ستستخدم لتحقيق هذه الأهداف ؟
- كيف سيتم قياس نجاح موقع الصحيفة ؟
- هل الوب الوسيلة الاتصالية الصحيحة لتحقيق الأهداف الموضوعة ؟
- هل يمكن لموقع الوب أن ينافس البدائل التقليدية لتحقيق نفس الهدف؟
- من هو الجمهور أو الجماهير المتوقعة لهذا الموقع ؟
- ما مدي التقدم التكنولوجي الذي يتمتع به هؤلاء الزوار؟
- ما هي اللغة واللهجة والوسائط التي ستناسب هذا الجمهور ؟
- هل يمكن لهذا الموقع أن يؤدي خدمات خاصة لجهة إصدار الصحيفة وللصحيفة؟ بخلاف الاتصال مع الجمهور .
- هل الموقع سيكون ساكنا أم ديناميكياً ؟
- ما الأقسام الرئيسية التي سيتضمنها موقع الصحيفة ؟
- ما هي الموارد المتوفرة من صور فوتوغرافية ولقطات فيديو وموضوعات ... الخ؟
- كل كم من الوقت تنوي تحديث محتويات موقع الصحيفة ؟
- هل سيكون هناك بديل مطبوع من الصحيفة ؟
- هل هذا الموقع سيكون جزءا من موقع أكبر ؟
- هل من المحتمل التوسع في موقع الصحيفة في المستقبل؟ وإذا كان ممكنا فلأي مدي؟

ويشير خبراء الاتصال عبر الوب إلي أنه إذا كان الهدف الرئيسي لإنشاء الموقع هو مجاراة الصحف المنافسة فقط، فمعني ذلك أن مشروع الصحيفة علي الوب لا يزال

في حاجة إلي مزيد من التفكير والبحث الجاد، ولقد كشفت نتائج عديد من الدراسات الأمريكية أن عدداً كبيراً من المؤسسات الصحفية تنشئ مواقع لها علي الوب بهدف مجاراة المنافسين أو رغبة مجردة منها في إنشاء وجود لها علي الإنترنت، كما أثبتت نتائج دراسة وايت ورامان عام ١٩٩٨ أن تخطيط مواقع المؤسسات في كثير من الحالات يقوم علي المحاولة والخطأ ويعتمد علي المعرفة الذاتية والحدس مع قدر ضئيل جداً وأحيانا منعدم من البحوث الرسمية والتقييم .

إن عبارة مركزة ومختصرة تحدد هدفين أو ثلاثة أهداف للموقع سوف تكون أساس تصميم الموقع، ولابد أن تحدد هذه العبارة الاستراتيجيات المتعلقة بكيفية تصميم الموقع والمدة الزمنية التي يستغرقها التصميم وبناء الموقع وكيفية تقييم الموقع زمنياً بالإضافة إلي المقاييس الكمية والكيفية للتقييم، فبناء موقع الصحيفة علي الوب عملية مستمرة وليست مشروعاً مؤقتاً، ولابد من تحديد الميزانية الخاصة بتحرير مضمون الموقع، وكذلك الصيانة الفنية له بالإضافة إلي ميزانية خطط الإنتاج، ويؤكد خبراء تصميم مواقع الوب أنه بدون البدء بهذه الرؤية أو الخطة سوف يعاني الموقع من نفس المصير الذي وصلت إليه عديد من مواقع المؤسسات الصحفية علي الوب وهي البداية المتحمسة التي لا ينتج عنها أي إنجاز مستمر .

وبعد تحديد الأهداف بدقة ووضوح يبدأ فريق العمل في جمع وتحليل المعلومات اللازمة لتحديد الميزانية المطلوبة، بالإضافة لتحديد مال مضمون الموقع وكذلك التكنولوجيا والوظائف التفاعلية المدعمة للموقع، كما يتم تحديد مصادر المعلومات اللازمة لمضمون الموقع، ويحتاج فريق العمل أيضا لاختيار شركة لتصميم الموقع في حالة عدم وجود مصممين لموقع الصحيفة ضمن فريقها، والوضع المثالي أن يشترك مصممو الموقع مع فريق العمل في قرارات التخطيط . ويوضح الجدول التالي مثالاً لأهداف موقع الوب.

جدول (٧) أهداف موقع الوب وكيفية توصيفها والتعليق علي الهدف

الهدف من موقع الصحيفة	التوصيف والتعليق علي الهدف
نوع الجمهور	- داخلي – خارجي – النوعان . - أطفال – مراهقين – كبار – جميعهم - ذكور – إناث – النوعان . - خلفيتهم العرقية . - من البلد أو منطقة أو مدينة أو العالم . - السمات الفردية - عاديين أو معاقين . - الخبرة في استخدام الوب .
نشر المعلومات بصورة بسيطة	- التوزيع الإلكتروني لأخبار الصحيفة والبيانات الصحفية والمعلومات عن الصحيفة .
نشر المعلومات مصحوبا بخدمات البحث عن المعلومات	- يتطلب تحقيق هذا الهدف تصميم الصفحات الرئيسية بحيث تزود بروابط لصفحات مواقع أخري .
استقصاء تفاعلي مع تسهيلات لجمع البيانات من المستخدمين	- بمجرد أن يتضمن الموقع المعلومات الرئيسية وتسهيلات للبحث عن المعلومات، يمكن إضافة استمارة للاستقصاء وينبغي أن تتصل هذه الاستمارة بقاعدة بيانات الصحيفة .

وقد يكون الهدف من موقع المؤسسة الصحفية علي الوب التوسع في دائرة انتشار جمهور الصحيفة دولياً أو تحسين الصورة الذهنية للصحيفة ويؤدي كل من هذه الأهداف إلي طريق مختلف في عملية إنشاء موقع الصحيفة علي الوب، ومن المفترض أن تساعد استراتيجية الوب في تحديد المعلومات التي سيشتمل عليها الموقع بطريقة أتوماتيكية

حيث يتم تحديد مضمون الموقع بناء علي أهدافه، فمثلا إذا كان الهدف الأساسي للموقع هو بيع منتجات منظمة فيترجم المضمون هذا الهدف بحيث يتم التركيز علي معلومات عن المنتج، أما إذا كان هدف الموقع الرئيسي جذب القراء للصحيفة فإن مضمون الموقع سوف يعكس ذلك .

ويشير كنت وتايلور Kent & Taylor إلي أن الافتراض غير المعلن الذي يقوم عليه الهدف من أي موقع علي الوب هو أن المؤسسة الصحفية راعية الموقع لديها شيء ما ذا قيمة تود أن تشارك جمهورها من زوار الموقع فيه سواء كان هذا الشيء منتجا أم معلومات أم أيديولوجية.

وتحديد الهدف يعني لماذا أقوم بتصميم الموقع؟ وينبغي مراعاة عدد من النقاط الهامة التي تساعد في تحديد الهدف من تصميم الموقع منها: تقديم محتوي الصحيفة الكترونياً، وربط المحتوي بمحركات البحث المتخصصة علي الشبكة، وربط الموقع بمواقع أخري تخدم نفس مجال الصحيفة، وتوفير نظام للاطلاع التعاوني، وتوفير مصادر متنوعة ومتعددة.

تحديد جمهور موقع الصحيفة :

يتعين علي فريق العمل بعد تحديد أهداف موقع الصحيفة، تحديد الجمهور المحتمل للموقع بدقة، حيث يلزم معرفة من سيقوم بزيارة موقع الصحيفة، فبجانب القراء المستهدفين من تصميم موقع الصحيفة، فهناك أعداد كبيرة من المستخدمين الذين يجوبون مواقع شبكة الإنترنت المختلفة سعياً وراء مواقع تشبع حاجاتهم ورغباتهم، ومن ثم ينبغي أن نحدد طبيعة الجمهور المستهدف وخصائصه وحاجاته ورغباته ودوافعه، وبالتالي يمكن تحديد المحتوي المعلوماتى للصحيفة ومستوي اللغة المستخدمة ونوعية التصميم وشكل وكم الروابط والوصلات بالمواقع الأخرى .

كما تساعد معرفة الجمهور ودراسته علي تصميم الموقع بما يشبع احتياجات الجمهور المحتمل وتوقعاته، كما أن الموقع الجيد لابد أن يلاءم مهارات واهتمامات جمهوره، ويري خبراء الوب أن معرفة جمهور الموقع ودراسة احتياجاته ورغباته ثم السعي لإشباع هذه الاحتياجات بفعالية سوف تبني ولاء الجمهور بما يحافظ علي تكرار زيارته لموقع الصحيفة.

وتعتبر دراسة الخصائص الديموغرافية لجمهور الصحيفة علي الإنترنت عاملا مهما لنجاح الموقع، كما يؤكد الخبراء علي أهمية تحديد الجمهور ودراسته كجزء متكامل مع مرحلة تصميم الموقع وتنفيذه، ويساعد تحديد الجمهور ودراسته علي اختيار المضمون المناسب لهذا الجمهور كما يساعد في اختيار الطابع البصري للموقع Visual style ومظهر الموقع Look وكذلك تركيب وتنظيم الموقع Structure .

ويوصي مخططو مواقع الوب بوضع احتياجات ورغبات واشباعات ودوافع الجمهور المستهدف في مركز إستراتيجية موقع الوب التي يخططها وينفذها فريق العمل .

كما تظهر أهمية تحديد الجمهور ودراسة خصائصه واحتياجاته إذا حاول فريق العمل المسئول عن موقع الصحيفة بيع مساحة إعلانية داخل الموقع، فالسؤال الأول الذي سيطرحه المعلن: من هو جمهور الموقع؟ وما هو حجمه؟ وما هي عدد المرات التي سيشاهد فيها الإعلان في اليوم وفي الأسبوع وفي الشهر؟ وما هي أنماط إنفاق هذا الجمهور؟ وهل من المحتمل أن يقبل علي شراء المنتج المعلن عنه ؟ .

وتوفر الإنترنت الأدوات اللازمة لجمع معلومات واقعية ومحددة عن زوار موقع الصحيفة، حيث يمكن إدماج بعض الأدوات التي تمكن من جمع معلومات عن الجمهور داخل موقع الصحيفة، ويمكن تقسيم هذه الأدوات إلي نوعين :

الأول : الأساليب المباشرة ومنها عرض صحيفة استقصاء علي موقع الصحيفة، يجيب زوار الموقع عن أسئلتها .

الثاني : الأساليب غير المباشرة وذلك عن طريق استخدام برامج تتبع لا يلحظها الزائر Tracking Software، ويتم إدخال هذه البرامج علي موقع الصحيفة بحيث تسجل معلومات عن زوار الموقع وكيفية زيارة الموقع والزمن الذي دخل فيه الزائر للموقع والزمن الذي استغرقه داخل موقع الصحيفة والمكان الذي ينتمي إليه، وتستخدم عديد من المؤسسات هذا النوع من البرامج، كما يمكن أن يتوفر لموقع الصحيفة بيانات عن جمهوره الفعلي عن طريق تقديم حوافز لزوار الموقع في مقابل ملء استمارات خاصة .

وغالبية المسئولين عن مواقع الوب بالمؤسسات الصحفية يستطيعون تحديد وتعريف جماهير الصحيفة المستهدفة من الموقع، ولكنهم لا يعرفون علي وجه الدقة، إذا كانوا يصلون إلي هذه الجماهير عن طريق موقع الصحيفة علي الوب أم لا .

ونستنتج من ذلك تجاهل المسئولين عن المواقع الصحفية لبحوث تقييم فعالية المواقع، كما تظهر الحاجة لإجراء دراسات علمية تستهدف قياس فعالية المواقع الصحفية علي الوب في الوصول للجماهير المستهدفة .

وتقترح وايت White الاعتماد علي إجراء المقابلات المتعمقة Focus Groups والتجارب علي الجمهور المستهدف من الموقع للتعرف علي وجهات نظر ومدركات هذا الجمهور بما يفيد في إنشاء الموقع بناء علي هذه المدركات، وكذلك الاستفادة من هذه الأدوات في تقييم استخدام الجمهور لموقع الصحيفة علي الوب مع تقييم فعالية هذه المواقع في الوصول للجمهور المستهدف وتحقيق أهدافها المحددة .

ويمكن تصنيف جمهور موقع الصحيفة علي الوب بالاعتماد علي خبرة المستخدم وأسلوب زيارته للموقع إلي ثلاثة أنماط :

١ - المستخدم الجديد الذي يزور موقع الصحيفة بصورة غيرمنتظمة .

Novice and Occasional Users :

يعتمد هذا النوع من مستخدمي الوب علي التصميم البسيط والوصول السهل للموقع ويميل المستخدمون حديثو استخدام الوب للخوف من قوائم النصوص المعقدة، ويترددون في الدخول إلي موقع ما إذا لم تكن صفحته الرئيسية جذابة ومنظمة بطريقة واضحة، ويستفيد هؤلاء المستخدمون من الصفحة الرئيسية لموقع الصحيفة ومن الخرائط والرسوم والأيقونات التي تساعدهم علي تذكر أماكن تخزين المعلومات داخل موقع الصحيفة، وتشكل هذه المجموعة من جمهور الموقع قلقا للمصممين غير أن عدد هذا النوع من الجمهور في تناقص يومي نتيجة لانتشار الوب بين الجمهور العام .

٢- المستخدم المتردد علي موقع الصحيفة بصورة منتظمة .

Frequent User :

يعتمد هذا النوع من الجمهور علي موقع الصحيفة علي الإنترنت للحصول علي المعلومات بطريقة سريعة ودقيقة، والمستخدمون للوب لا يتصفون عموما بالصبر في التعامل مع قوائم الرسوم وإنما يعتمدون علي قوائم النص السريعة التحميل Fast-Loading text menus ، والمستخدمين المتكررين زيارة موقع الصحيفة لديهم أهداف محددة للدخول للموقع وسوف يقدرون للموقع وجود قوائم مفصلة للنص كما يقدرون الخطوط التوضيحية لتركيب الموقع Site Structure Outline والفهرس الشامل Site Index ومحركات البحث جيدة التصميم Well-Designed Search Engines التي تسمح بسرعة البحث عن المعلومات واسترجاعها، ويقع كثير من جمهور الوب في هذه الفئة .

٣- المستخدمون الدوليون International Users :

يتعين علي مصممي موقع الصحيفة تقديم الترجمة للصفحات الأساسية علي الأقل داخل الموقع إذا كان الموقع يهدف إلي الوصول لأكبر عدد من المستخدمين في الدول الأجنبية ويلزم تجنب المصطلحات الفنية الغامضة في صفحات الموقع .

تقدير الميزانية Budgeting :

من الاعتبارات التي يتعين علي هيئة إصدار الصحيفة التخطيط لها :

- مرتبات العاملين بالصحيفة .
- التجهيزات والمعدات والبرامج التي يحتاجها أعضاء الفريق داخل الصحيفة .
- تدريب فريق العمل علي استخدام الوب وقواعد البيانات والنشر عبر الوب وتصميم مواقع الوب .
- أجور أعضاء الفريق من خارج الصحيفة لأداء الوظائف التالية :

■ التصميم Site Design and Development

■ تقديم الخبرة الفنية Technical Consulting

■ تصميم قاعدة بيانات للصحيفة Database Development

■ نشر الموقع Site Marketing

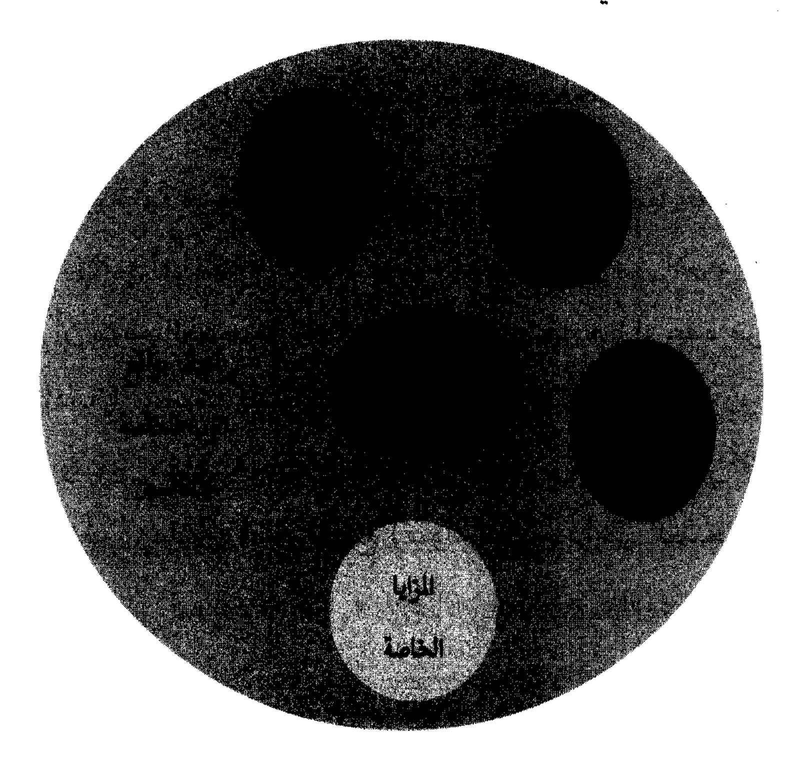
■ الدعم المستمر للموقع Ongoing Personal Support for Site

■ رئيس الموقع Site Editor or Webmaster

■ الدعم الفني المستمر Ongoing Server and Technical Support

- تحديث قاعدة البيانات Database Maintenance and support
- تحديث الموقع وتطوير مضمونه New Content Development and Updating

وكما ترتبط الميزانية بعدد من العناصر التي تدخل ضمن مجال موقع الصحيفة ويحددها الشكل التالي :



شكل (١٤) تحديد مجال الموقع وعلاقة ذلك بالميزانية

ومن القيود الفنية المرتبطة بتصميم موقع الصحيفة والتي ينبغي أخذها في الاعتبار Technical Design Considerations :

١- حدود إمكانيات الكمبيوتر الخادم Server Limitations :

إن أصل أي موقع علي الوب هو كمبيوتر خادم Server متصل بشبكة الإنترنت، وقد

يحدد الكمبيوتر الخادم لموقع الصحيفة علي الوب عدد المستخدمين الذين يمكنهم الدخول إلي بيانات الموقع المخزنة علي الكمبيوتر الخادم ويرجع هذا التحديد إلي ما يطلق عليه سعة التخزين Bandwidth وهي كمية البيانات التي يمكن لوصلة الكمبيوتر الخادم التعامل معها في أيه لحظة، ومن ثم ينبغي علي فريق العمل المسئول عن موقع الصحيفة أن يتأكد من أن الشركة المقدمة لخدمة الاتصال بالإنترنت ISP يمكن أن تستوعب حجم وطلب الجمهور الذي تحاول جذبه لموقع الصحيفة .

فإذا كانت الصحيفة تهدف إلي تصميم موقع يتيح للزائر تحميل بعض مصادر المعلومات مثل البرامج أو الملفات التي قد يحتاجها عدد كبير من أفراد الجمهور، فإن ذلك يعني أن موقع الصحيفة يحتاج إلي كمبيوتر خادم (أو عدد من أجهزة الكمبيوتر الخادمة) يتصف بالسرعة والكفاءة مع إمكانية وصول زوار الموقع إليه بكم كبير، ويتعين مناقشة هذه النقطة مع الشخص المسئول عن الكمبيوتر الخادم الذي ستخزن علية بيانات الموقع (سواء كان م داخل الصحيفة أم من خارجها).

كما يعتمد الاستخدام الناجح للوب في تبادل ملفات الوسائط المتعددة علي توفر سعة تخزينية عالية في وصلات الاتصال بين أجهزة الكمبيوتر الخادمة Web servers والعملاء Clients .

٢- حدود المستخدم User Limitations :

من الاعتبارات المهمة التي يتعين علي فريق الوب الاهتمام بها إمكانيات زوار موقع الصحيفة، فأكبر المشاكل من وجهة نظر مستخدمي الوب هي سرعة نقل الصفحة،

والسرعة التي تظهر فيها صفحة الموقع علي كمبيوتر المستخدم – زمن تحميل الصفحات– ترتبط مباشرة بحجم هذه الصفحة وعناصر الوسائط المتعددة المستخدمة فيها وسرعة الاتصال بالإنترنت .

ويتعين علي فريق التصميم أن يصمم صفحات موقع الصحيفة بأعلى كفاءة ممكنة بدون التضحية بمظهر الموقع الجذاب الذي يدل علي الاحتراف، كما تعتمد قدرة مستخدم الوب علي استقبال مضمون الوسائط المتعددة علي برنامج تصفح الوب الذي يستخدمه وإمكانيات الكمبيوتر الشخصي .

وينبه كنت وتايلور إلي أنه من غير المرغوب تصميم الموقع بحيث يكون متاحاً فقط للمستخدمين الذين يمتلكون أحدث البرامج اللازمة لتصفح الوب، كما يشير الباحثان إلي أحد البدائل وهي السماح لزائر الموقع بالمفاضلة بين نسختين من الموقع الواحد أحدهما تعتمد علي النص الأصلي والنسخة الأخرى مزودة بالصورة والرسوم والصوت، ويؤكدا علي أن فكرة الاختيار أساسية في هذه الحالة لأنها تسمح للجمهور بالتعامل مع الصحيفة وفقاً لظروفه وشروطه الخاصة، كما أنها لا تسبب للجمهور الشعور بالقلق والعجز .

وتشكل السرعة التي يتصل بها المستخدم بالإنترنت أو سرعة المودم (modem speed) قلقا لدي مصممي الوب ، ويري بعض الباحثين أن مستخدم الإنترنت العادي تكون سرعة المودم لدية نصف سرعة أحدث مودم في السوق، ومن ثم يتعين علي مصممي موقع الصحيفة علي الوب معرفة الجمهور المستهدف من الموقع وسرعة المودم لديه وتصميم الموقع بناء علي إمكانيات واحتياجات هذا الجمهور .

والمستخدمون الذين لا يعتمدون علي أحدث الأجهزة للاتصال بالإنترنت لا يستخدمون عادة أحدث برامج تصفح الإنترنت، وتسمح البرامج الأحدث لفريق العمل بمزيد من الفرص للابتكار في تصميم موقع الوب وهم مطمئنون إلي أن المستخدم للوب يمكنه رؤية الموقع وحتى يضمن فريق العمل أم صفحا الموقع ستكون مرئية لأي زائر يأتي إلي الموقع، فمن الأفضل أن يصمم صفحات الوب بحيث تتأخر سنة أو سنتين عن أحدث برامج لتصفح الوب.

وعلي الرغم من أن الرسوم المتحركة ولقطات الفيديو تقدم مضمونا رائعاً في صفحات الصحيفة علي الوب، إلا أنه يتعين علي مصممي موقع الصحيفة مراعاة أن عديد من المستخدمين لا يملكون وصلات عالية السرعة بالإنترنت، كما أن تحميل صور ورسوم كبيرة من الصفحة الرئيسية للموقع يستهلك وقتاً كبيرا، ولذلك فإنه من الناحية العملية يتعين علي فريق العمل مراعاة الإمكانيات الفنية للمستخدم، والأنسب تصميم الرسوم التي تأخذ حجم أيقونات بدلا من الرسوم والصور الكاملة الحجم بامتدادات مناسبة وبحيث تكون هذه الأيقونات روابط للصور والرسوم ذات الحجم الكامل، ويخدم هذا التصميم المستخدمين الذين يريدون الانتظار حتى يتم تحميل عناصر الوسائط المتعددة والذين يملكون وصلات عالية السرعة .

ثانياً : مرحلة التصميم :

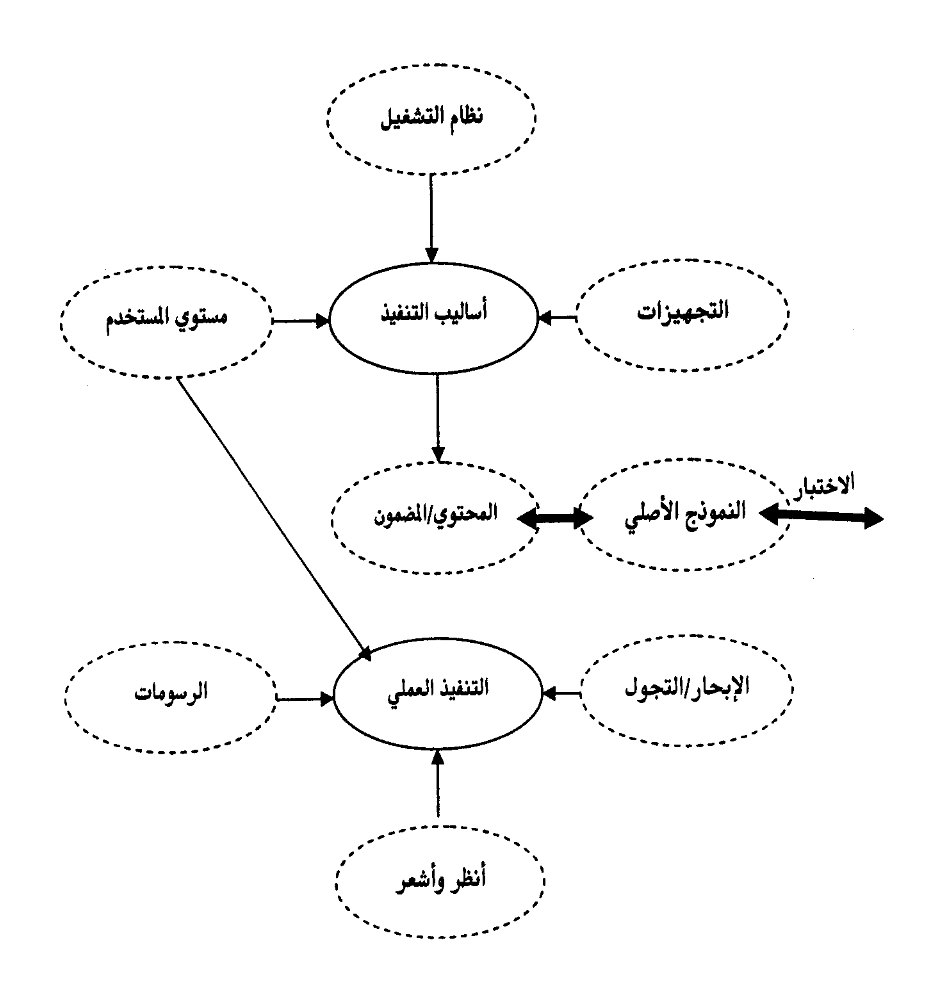
وتشتمل هذه المرحلة علي مرحلتين: الأولي بناء وتركيب المضمونInformation Architecture، والثانية تصميم الموقع Site Design ، وسوف يتم تناول كل مرحلة بالتفصيل :

أولاً : بناء وتركيب المضمون :

تهدف هذه المرحلة إلي تحديد مضمون موقع الصحيفة وتنظيمه، حيث يتعين علي فريق العمل توصيف المضمون المتوفر مع تحديد المضمون الجديد الذي يحتاجه الموقع، بالإضافة إلي تركيب الأجزاء المختلفة التي تكون موقع الصحيفة Newspaper Structure، ويلي ذلك بناء نماذج مصغرة لأجزاء الموقع المختلفة، وتعتبر هذه النماذج مفيدة لسببين: الأول : أنها تشكل الطريقة الأفضل لاختبار حركة القارئ والمستخدم داخل موقع الصحيفة Site Navigation، وتطوير الأدوات التي تساعد علي التفاعل بين المستخدم وموقع الصحيفة User Interface، ولابد أن تشتمل النماذج المصغر علي عدد كاف من الصفحات لتقييم حركة الزائر داخل الموقع .

أما السبب الثاني: فهو أن خلق نموذج يسمح للمصممين بتخطيط العلاقة بين الكيفية التي يظهر بها الموقع وكيفية تصميم المعلومات التي تدعمها أدوات الحركة داخل الموقع أي العلاقة بين الشكل والمضمون، ولا يجب أن تكون هذه النماذج معقدة حتى لا يستغرق فريق العمل في أحدها وقتا أطول علي حساب اكتشاف بدائل أخري .

ومن هنا يتضح أن عملية تصميم المضمون وتركيبة تعتبر خطوة نابعة من عملية التحليل إلي التخطيط إلي التنفيذ ويبين الشكل التالي هذه العلاقة .



شكل (١٥) تسلسل المراحل من التحليل والتخطيط إلي التنفيذ.

- بناء مضمون موقع الصحيفة :

بمجرد أن يتفق فريق العمل علي رسالة أو مهمة موقع الصحيفة وتكوينه العام يمكن أن يبدأ في تقييم المضمون الذي يحتاجه موقع الصحيفة لتحقيق أهدافها، ويساعد وضع قائمة بالمضمون المتوفر بالفعل والمضمون الذي قد يحتاجه الموقع علي دراسة مصادر

هذا المضمون، وتعتبر مرحلة إعداد مضمون الموقع أصعب مراحل بناء موقع الصحيفة علي الإنترنت، كما أنها الأكثر استهلاكاً للوقت، وتضمن الخطة المحكمة لبناء الموقع ألا يقع فريق العمل في خطأ بناء موقع جيد التكوين ولكنه فارغ من حيث المضمون .

والنتائج المحتملة لهذه المرحلة هي :

- تحديد مفصل لتصميم الموقع .

- توصيف مفصل لمضمون الموقع .

(خرائط موقع الصحيفة- جدول المحتويات ..)

-تحديد واختيار عناصر الدعم الفني للموقع .

- جدول زمني لتنفيذ تصميم وبناء موقع الصحيفة .

- نموذج للموقع بصفحاته المختلفة .

ويمكن تلخيص هدف هذه المرحلة في الوصول إلي اتفاق علي التصميم الكامل لموقع الصحيفة، كما تهدف هذه المرحلة إلي تحديد النماذج الناجحة في المواقع الأخرى مع دراسة مشكلة التصميم من وجهة نظر المستخدم .

ويمكن الاستعانة بمجموعة من الخبراء والنقاد لاكتشاف عوامل نجاح الموقع لأن كل فرد داخل هذه المجموعة يقيم موقع الصحيفة من وجهة نظر المستخدم .

ونتيجة للمنافسة مع عدد هائل من مواقع الوب الأخرى لصحف متعددة، فإنه من الضروري ملاحظة المبادئ الأساسية للتصميم الجيد عن طريق مراقبة المواقع

المنافسة، وتضمين الصحيفة بهذه الطريقة البدء بالميزات والإيجابيات التي تتمتع بها مواقع الصحف الناجحة والجيدة التصميم، وسوف يستفيد فريق العمل من إعداد قائمة بمواقع الصحف التي تحظي بالشهرة والنجاح واستعراض صفحات هذه المواقع لتحديد الدرجة التي تحقق بها هذه المواقع قواعد التصميم الجيد، كما يتعين علي فريق العمل دراسة استراتيجيات هذه المواقع والعناصر التي تركز عليها .

- تخطيط موقع الوب :

إن الهدف الأساسي من هذه المرحلة هو تحديد طريقة التحرك/الإبحار Navigation بين صفحات موقع الصحيفة، وتخطيط الصفحة الرئيسية للموقع والصفحات الداخلية والروابط والمستويات المختلفة لخلفيات الموقع وصفحات الوسائط المتعددة وأدوات التحرك بين جميع هذه العناصر، ويقوم فريق العمل برسم توضيحي بسيط يحدد عناصر كل صفحة وتدفق المعلومات من صفحة لأخرى، ويتم من خلال هذا الرسم التخطيطي البسيط تقديم التفاصيل الكاملة وعناصر الوسائط المتعددة المستخدمة في موقع الصحيفة، بالإضافة إلي تركيب الأجزاء المختلفة للموقع .

وهذه المرحلة تبدأ برسم خريطة للموقع بالصفحة الرئيسية وتعرض الروابط المنطقية المقترحة من صفحة لصفحة أخري، وفي هذه المرحلة من غير الضروري تصميم كل صفحة علي حدة لأن التركيز يكون علي كيفية الحركة في الموقع عن طريق الروابط الداخلية والخارجية .

وقد تكون هناك بعض الصفحات الطويلة داخل الموقع، ويقدم التصميم الجيد لها روابط خاصة تسمح للزائر بالوصول مباشرة للقسم مجال اهتمامه داخل هذه الصفحات، وعموما فإن أيه وسيلة تزيد من سرعة وصول الزائر أو القارئ إلي المعلومات التي يبحث

عنها من كفاءة التصميم الكلي، وبالنسبة لهذه الصفحات الطويلة فإن أدوات الحركة الداخلية تشتمل علي أزرار في عدة قطاعات داخل الصفحة بحيث تسمح للقارئ أو الزائر بالعودة السريعة لأعلي الصفحة وكذلك العودة للصفحة الرئيسية للموقع .

- تركيب وتنظيم المضمون :

ولتخطيط بناء وتنظيم موقع الوب يقوم فريق العمل بتحديد العناصر المختلفة للموقع كتابة؟، ثم يفكر في كيفية ارتباط هذه العناصر ببعضها، ويلي ذلك التفكير في كيفية الانتقال أو الحركة داخل موقع الصحيفة، ونادراً ما تأخذ الحركة بين مناطق الموقع المختلفة نمطاً خطياً، فالحركة داخل الموقع المعقد عادة ما تعتمد علي شبكة عنكبوتية من الروابط بين أجزاء موقع الصحيفة المختلفة (التنظيم العشوائي) .

ويركز فريق العمل بعد ذلك علي تكسير المعلومات إلي أجزاء صغيرة يمكن تطويعها والوضع المثالي أن يأخذ كل جزء صفحة واحدة ولا يزيد طول هذا الجزء علي صفحتين.

- تكسير المعلومات إلي أجزاء :

يستخدم هذا المصطلح في نظرية النص الفائق Hypertext Theory، ويصف تقسيم المعلومات إلي وحدات أصغر ثم تزويد هذه الوحدات بالروابط Links بحيث يختار مستخدم الوب المسار الذي يفضله داخل النص الفائق، وتقلل هذه العملية من مقدار الزمن الذي تحتاجه كل صفحة علي حده لتنتقل إلي كمبيوتر المستخدم لأن كل صفحة تكون صغيرة نسبيا في حجمها .

ولتحديد أنواع الروابط المطلوبة يتعين علي فريق العمل ترتيب المعلومات، فالمعلومات

قد تأخذ ترتيباً تتابعيا أو زمنيا أو من العام للخاص أو غيره، ويتعين علي فريق العمل محاولة اتباع تسلسل متسق لبنية الصحيفة ولمعلوماتها، فمن المهم جذب انتباه الزائر/ القارئ فور دخوله إلي موقع الصحيفة، مع تقديم الوسائل اللازمة للعثور علي المعلومات التي يبحث عنها بطريقة مناسبة .

- تصميم مضمون موقع الصحيفة :

يؤثر HTML في تصميم صفحة الوب بدرجة كبيرة، ولابد من إضافة العناصر الأساسية التالية لكل صفحة من صفحات موقع الصحيفة علي الوب :

١- عنوان البريد الإلكتروني :

ويعتبر بمثابة إمضاء علي موقع الصحيفة علي الوي، ويسمح لجمهور الصحيفة علي الإنترنت بالاتصال بفريق تصميم موقع الصحيفة، فعادة ما يرسل مستخدمو الوب البريد الإلكتروني إلي مسئولي الموقع لتصحيح خطأ ما أو تقديم مقترحاتهم، ومن ثم فإن وضع البريد الإلكتروني علي كل صفحة من صفحات الموقع يكون ضرورياً .

٢- رابطة للصفحة الافتتاحية لموقع الصحيفة :

ويري عدد من الباحثين أن هذه الرابطة طريقة أخري للإمضاء علي موقع الصحيفة علي الوب، فأي مستخدم أو قارئ للوب من أي موقع آخر يمكن أن يتصل بأية صفحة لموقع الصحيفة، فلا يمكن افتراض أن المستخدم سوف يتصل بأحدي صفحات الموقع عن طريق رابطة من صفحة أخري للموقع نفسه، بينما إذا عثر مستخدم الوب علي الصفحة الرئيسية للموقع فمن الممكن له أن بتعرف علي المزيد عن موقع الصحيفة، ويجب أيضا وضع التاريخ علي صفحات الموقع وخصوصا علي الصفحات التي تتغير أو يتم تحديث مضمونها بانتظام .

ويجب أن تتميز وصلات أو الروابط داخل موقع الصحيفة بما يلي :

- الوصف الدقيق قدر الإمكان للوصلات .
- الفصل ما بين الوصلات التي تأتي بشكل متتالي من خلال المساحات الفارغة .
- عدم استعمال عبارات مثل (اضغط هنا)، (أدخل) .
- تجنب الصور المستعملة كروابط، فمن الصعب من ناحية الأبصار والانتباه إلي كونها وصلات .
- تسمية الروابط/ الوصلات بالمواقع الأخرى حسب مضمون هذه المواقع، ووضع هذه المسميات بجوار عناوين هذه المواقع.

- تصميم الصفحة :

للحفاظ علي زوار موقع الصحيفة يتعين علي مصممي الموقع جعل وثائق أو نصوص الموقع قصيرة، ويتفق كاتبو ومصصمو الوب علي أن الحدود المثالية هي ١٠٠٠كلمة في الصفحة الواحدة، وكقاعدة يتعين علي فريق العمل إعادة تشكيل وكتابة النص بحيث تتكون كل صفحة من صفحات موقع الصحيفة من ١٠٠٠وحدة أو أقل، ويوصي خبراء الوب بإتباع القواعد التالية إذا وجدوا من الصعب تشكيل صفحة الموقع فيما لا يزيد علي ١٠٠٠وحدة .

- احتفظ بالفقرات قصيرة .
- ظلل الكلمات والجمل الرئيسية المحتمل أن تجذب انتباه القارئ أو المستخدم.
- اعتمد علي العناوين بصورة أكبر من استخدامها في النص المطبوع .

ويري خبراء الوب أن هذه الأساليب وغيرها تنوع نص الوب وتزيد من فرص مشاهدة

المستخدم لمضمون ما بطريقة تجعله يتوقف لقراءة نص الموقع بدون المرور عليه بصورة سريعة.

كما يتطلب تصميم صفحة الصحيفة علي الوب مراعاة عدة أمور منها:

- الأخذ في الاعتبار الحيز الحقيقي للشاشة، فأكثر مساحة عرض شيوعاً بين المستخدمين هي (٦٠٠X٨٠٠) .
- وضع المعلومات الأكثر أهمية إلي أعلي يمين الشاشة (بالنسبة للمواقع العربية) .
- يجب أن لا تزيد الصفحات الموصولة عن ثلاثة صفحات ضمن الموقع، ويلزم أن يعرف الزائرون دائما أين هم داخل الموقع، وأن يكونوا قادرين علي الرجوع إلي نقطة البداية .
- عدم ملء الشاشة بالنص، ويراعي الإيجاز قدر الإمكان في حجم الصفحات حتى لا يضطر المستخدم لاستعمال شريط التمرير لفترات طويلة ويفضل استخدام النشرات القصيرة، والعناوين الرئيسية، والعناوين الفرعية، ويراعي استخدام المساحات البيضاء بين النصوص .
- الوضوح في عرض الأفكار الرئيسية، ومراعاة إنقرائية الشاشة بالنسبة للقارئ، ويتطلب ذلك استخدام أحجام وأنواع الخطوط الملائمة، مع مراعاة استعمال نوع خط ثابت بالنسبة للمضمون ، ونوع خط آخر بالنسبة لوصلات الربط، مع مراعاة تجنب أنواع الحروف ذات الأشكال غير المألوفة.

ثانياً : تصميم الموقع :

تشتمل هذه المرحلة الفرعية علي إنتاج مضمون موقع الصحيفة والرسوم وعنصر الوسائط المتعددة والفائقة وبرمجة الموقع بلغة HTML، وينصح خبراء الوب بالاعتماد

علي المتخصصين في تصميم الوب حتى يتمتع الموقع بدرجة عالية من الاحتراف، ويري خبراء الوب أن المصمم الجيد الذي يتمتع بالقدرة علي الابتكار يصنع الفرق بين الموقع الجيد والموقع السيئ، والمصمم الصحيح لموقع الصحيفة هو الذي يطوع الموقع لخدمة مصالح جهة إصدار الصحيفة وجمهورها وبناء وتدعيم صورتها الذهنية .

والهدف الأساسي من تصميم الموقع هو جعل مضمون موقع الصحيفة سهلا في فهمه بقدر الإمكان بالنسبة للجمهور الزائر، والمضمون الذي نقصده هو المواد التحريرية، فالتصميم الجيد هو الذي يصمد في اختبار الزمن، ولخلق موقع علي الوب يدوم لفترة زمنية طويلة نسبيا فإن فريق العمل يكون في حاجة إلي الاتصال بجمهور الصحيفة بحيث ينقل أفكاره بوضوح وفعالية .

ويشير مصطلح مضمون الموقع إلي أية معلومة علي موقع الصحيفة علي الوب، ولكن إذا كانت بعض هذه المعلومات بصرية Visual فمن المنطقي أن يصبح هذا المضمون بصريا Visual content، كما يشمل مضمون الموقع المعلومات التي تنتمي لأية قاعدة بيانات يمكن الدخول إليها كجزء من موقع الوب، ويتوقع زوار الموقع أن يكون للموقع طابع خاص تعكسه المواد التحريرية المقروءة المقدمة وكذلك الصور والوسائط الفائقة، ويعكس ذلك التوقع أهمية وجود تكامل بين عناصر المضمون بما يحقق تكامل الطابع العام للموقع Integrating Style، ويتعين علي مصممي موقع الصحيفة التفكير في جودة ومصداقية مضمون الموقع، فلابد أن يتسم المضمون بالدقة ولو تعلق الأمر بعناصر المضمون البسيطة مثل أرقام التليفونات والفاكس والعناوين وعناوين البريد الإلكتروني ونماذج رجع الصدى والاتصالات مع رئيس الموقع Webmaster وغيرها .

وجدير بالملاحظة أنه مع التزايد في تطبيقات الوسائط المتعددة والفائقة فإن مضمون موقع الوب أصبح أكثر تكيفا مع شبكات المعلومات السريعة .

ويكتسب الموقع في هذه المرحلة مظهرة وطابعه العام، حيث يتم التصديق علي تصميم الصفحات وعلي معايير تصميم الرسوم الكلية للموقع، وينتج الفريق في هذه المرحلة الصور والمضمون الصوتي البصري والرسوم، كما يتم في هذه المرحلة أيضا كتابة وتنظيم وتحرير نص الموقع، وتكون عملية البرمجة وتصميم قاعدة البيانات وإدخال البيانات في طريقها للانتهاء، والهدف من هذه المرحلة إنتاج جميع مكونات المضمون والبرمجة وتجهيزها لمرحلة الإنتاج النهائية وهي بناء صفحات الوب الفعلية.

والنتائج المحتملة في نهاية هذه المرحلة هي :

١- التنظيم والتركيب المفصل لمكونات مضمون موقع الصحيفة :

- تحرير وتصحيح النصوص .
- تخصيص وتصميم الصور والرسوم الثابتة والمتحركة لجميع أنواع الصفحات ولأعلي وأسفل الصفحات والأزرار والخلفيات .
- تصميم أدوات التفاعل interface design وإتمام تصميم الصفحات الرئيسية وصفحات HTML .
- إعداد الأشكال التوضيحية والرسوم المتحركة .

٢- المكونات الوظيفية والمنطقية :

- جداول قاعدة البيانات والبرمجة والانتهاء من نماذج التفاعل .
- تصميم واختبار محرك البحث Search engine .

ويجب أن يأخذ مصمم موقع الصحيفة في اعتباره المظهر العام لموقع الصحيفة، وكذلك فعالية الموقع في إنجاز أهداف الصحيفة، لذا يجب أن يتميز الشكل العام لموقع

الصحيفة بالبساطة والوضوح، مع عدم إهمال العنصر الجمالي حتى لا يبدو الموقع مفتقداً لعناصر جذب الانتباه ويتطلب ذلك ما يلي:

- **تجنب الخلفيات التي تؤثر سلباً علي وضوح النص :** ومن المفضل أن تكون الخلفية ذات لون فاتح وأن يكون النص بلون داكن .
- **تجنب الصور الكبيرة :** ويفضل أن لا تتجاوز الصورة ٧٥ وحدة من وحدات تشكيل الصورة للبوصة الواحدة Pixels، حيث إن هذا هو الحد الذي بالإمكان توصيله عبر الإنترنت، أما ما يزيد عن ذلك فسوف يؤدي إلي بطء عملية تحميل الموقع علي الكومبيوتر دون أي زيادة علي مدي الرؤية .
- **الإقلال من الإطارات** : فهي تزيد من صعوبة التعامل مع الموقع، حيث أنها تشتت المستخدم بين أكثر من صفحة في النافذة الواحدة، كما تتطلب وقتا أطول في تحميل الموقع .
- **الإقلال من الرسومات المتحركة**: علي الرغم من أنها تضفي علي الموقع مزيدا من الجاذبية، إلا أنها تبطئ من تحميل الموقع لذا يلزم استخدامها عند الضرورة فقط .

- عناصر التصميم الجيد لموقع الصحيفة علي الوب :

إن مواقع الوب الممتازة هي المواقع التي يتوافر لها عناصر التصميم الجيد وهي:

١- أدوات التفاعل ذات التصميم المبتكر Creative Interface Design .

٢- الرسوم الجذابة وعناصر الوسائط المتعددة والفائقة المناسبة .

٣- وسائل الحركة المريحة داخل الموقع .

٤- التنظيم الوظيفي لموقع الصحيفة .

والأصل أن صفحات الوب تفاعلية في تصميمها، فالنماذج التي توضع داخل موقع الوب وتدعو المستخدم لتقديم معلومات معينة بملء الاستمارة التي تظهر علي شاشة الكمبيوتر، هي مثال واضح للتفاعل من خلال تصميم الموقع .

وبالنسبة للصفحة الرئيسية للموقع فهناك عدد من عوامل التفاعل من خلال التصميم التي يتعين علي فريق العمل أخذها في الاعتبار، وتشمل المضمون، ووضوح التصميم، واستخدام اللون والرسوم ومواد الصوت والفيديو، ويلخص ذلك الجدول التالي .

جدول (٨) معايير تصميم واجهة تفاعل الصفحة الرئيسية

عامل التصميم Home page design aspect	**التوصيف والتعليق** Description and comments
المضمون	- يتم تحديد المضمون في تصميم معين . - يتم وضع شعار المنظمة أعلي الصفحة . - إضفاء صفحة الاحتراف .
الوضوح	- تحديد وتقليل كم المعلومات في الصفحة . - استخدام الفراغات بوفرة . - تقسيم الصفحة لأقسام مستقلة . - وضع فواصل بين الأقسام المختلفة للصفحة . - عدم ازدحام الصفحة بالروابط غير الضرورية .
استخدام اللون	- يتم الاستفادة من الدلالات النفسية التقليدية للألوان.
استخدام الصوت والفيديو	- وضع كليب الصوت خلف روابط اختيارية . - وضع الفيديو كليب خلف روابط اختيارية . - عدم وضع ملفات صوت أو فيديو في الصفحة الرئيسية (صفحة الاستقبال)

ومن أفضل المحددات التي تميز الصفحة الرئيسية شعار الصحيفة الإلكترونية الذي قد يكون مصحوبا برسالة جهة إصدار الصحيفة وهدفها الأساسي، مع وضع رابطة لتفاصيل إضافية عن الموضوع، والعامل الأساسي لنجاح الصفحة الرئيسية هو مظهرها الذي يدل علي الاحتراف والذي ينقل رسالة فورية لزائر الموقع مفادها أن المنظمة صاحبة هذا الموقع هي كيان جاد، ويتم تحقيق هذا المظهر من خلال العوامل الموضحة في الجدول .

وهناك اعتقاد لدي مصممي مواقع الصحف علي الإنترنت مفادها أن جماهير الصحف الإلكترونية تدرك موقع جهة إصدار الصحيفة كعلامة لجودة جهة الإصدار، وهناك حاجة لإجراء دراسات علمية لاختبار معتقدات الجمهور بخصوص هذا الموضوع وتحديد ما إذا كان هذا الاعتقاد مشتركاً بين المصممين والجمهور .

وحتى تجعل جهة إصدار الصحيفة موقعها علي الوب تفاعلياً يقترح بعض الكتاب توصيات منها: الاستخدام المبتكر للروابط، تزويد صفحات الموقع بعنوان البريد الإلكتروني للمسئول عن الموقع مصحوبة بطلب من زوار الموقع بإرسال أي مقترحات أو تعليقات أو شكاوي لهذا العنوان mail to commands.

وبالنسبة لعلاقة الصحفيين بالصحيفة عبر الوب، فقد لاحظ ستلز Settles أن عديد من الصحفيين يجدون مشكلة في العثور علي المعلومات التي يبحثون عنها في موقع الصحيفة، ومن ثم فإنه ينصح بجمع المواد الصحفية في مكان واحد في الموقع بمعني تكوين مركز صحفي مستقل داخل موقع الصحيفة Press Center، كما ينصح ستلز بنشر البيانات الصحفية مصنفة بناء علي الموضوع أو خطوط الإنتاج وعدم ترتيبها بطريقة تتابعيه بدون تصنيف .

ويرتبط مضمون ووظيفة موقع الوب ارتباطاً وثيقا بما إذا كان الموقع سيستخدم من قبل الصحفيين بطريقة منتظمة والعناصر الأساسية التي تجذب جمهور الموقع وبخاصة الصحفيين لزيارة موقع الصحيفة بطريقة منتظمة هي احتواء الموقع علي معلومات مناسبة ومهمة بالنسبة للجمهور مع عرضها بشكل بسيط .

وتجدر الإشارة إلي أن ملاحظات وتوصيات ستلز تنسحب علي مواقع الوب الكبيرة والمعقدة – تلك المواقع التي تزيد عدد صفحاتها علي الخمس صفحات- وليس المواقع الصغيرة .

ونلاحظ أيضا أن عددا كبيراً من المواقع الصحفية علي الوب تصنف المواد والبيانات الصحفية بطريقة منظمة سواء بتلك الطريقة التي اقترحها ستلز أو غيرها، الأمر الذي يشير إلي اكتساب المسئولين عن هذه المواقع الخبرة والنضج في استغلال إمكانيات الوب بأسلوب مخطط تجاور مرحلة التجارب التي اعتمدت علي المحاولة والخطأ .

- خصائص مواقع الإنترنت الفعالة :

حدد دونالد Donald من جامعة كولورادو الأمريكية خصائص مواقع الوب الفعالة، وتستند هذه الخصائص إلي النتائج التي توصلت لها دراسات صلاحية الاستخدام Usability Research وسوف نعرض هذه الخصائص علي النحو التالي:

أولاً : خصائص موقع الصحيفة المتعلقة بالتصميم :

ويقدم زمرمان التوصيات التالية للوصول إلي خصائص الموقع الفعال :

١- البدء بتصميم بسيط لموقع الصحيفة علي الإنترنت .

٢- ترابط وتماسك أجزاء الموقع حتى تساعد مستخدمي الموقع في العثور علي المعلومات.

٣- تجنب الخلفيات المركبة والملونة والتأكيد من وضوح الصورة .

٤- تجنب وضع روابط في تصميمات الرسوم، فالمستخدم عادة لا يعثر علي الروابط المختبئة avoid clickable links in graphic designs .

٥- استخدام الروابط الإيضاحية informative links التي تصف للمستخدم مضمون الصفحات حتى يمكنه اتخاذ القرار بالضغط علي هذه الروابط أم لا .

٦- تقليل عدد السطور في الصفحة الواحدة لأقل درجة ممكنة تكون ما بين ٢٠ إلي ٤٤ سطرا في الصفحة .

٧- إتاحة أدوات الحركة التي تساعد المستخدم علي التحرك بسهولة داخل الموقع Navigational aids، وذلك من خلال إضافة رابطة العودة للصفحة الرئيسية وغيرها من الروابط الأساسية return to home page.

٨- الاحتفاظ بزمن تحميل قصير وسريع .

٩- تقديم نسخة للموقع تعتمد علي النصوص فقط بدون عناصر الوسائط المتعددة الأخرى text-only version، فقدرات وإمكانيات المستخدمين وأجهزة الكمبيوتر غير متساوية .

١٠- أن يشتمل الموقع علي المعلومات الأساسية، فعلي مصمم الموقع أن يتأكد من التعريف بموقعه والمنظمة راعية الموقع، مع تقديم معلومات للاتصال بالمسئولين عن موقع الصحيفة .

١١- تقليل استخدام الخطوط والحروف الثقيلة والسميكة لأقل درجة ممكنة.

ويقدم «زمرمان» التوصيات التالية الخاصة بكتابة النص والتي يتعين مراعاتها:

١- الكتابة بصيغة المبني للمعلوم فالقراء يفهمون هذه الصيغة بصورة أفضل.

٢- تقصير الجمل بقدر الإمكان .

٣- الكتابة بطريقة واضحة ومباشرة .

٤- استخدام الكلمات القصيرة والسهلة الفهم .

٥- صياغة الرسائل بوضوح واستخدام الكلمات المحددة .

٦- الابتعاد عن الكلمات الغامضة أو النادرة في استخدامها .

كما توجد بعض الاعتبارات العامة التي يتعين علي مصمم موقع الصحيفة الاهتمام بها :

١- تحديد جمهور الموقع بدقة حتى يأخذ المصمم في اعتباره إمكانيات الأنظمة التي يعتمد عليها هؤلاء المستخدمين، ويوجد عدد من المحددات لدراسة الجمهور الحالي والممكن والمتوقع لوسائل الإعلام ومنها :

- أنماط استخدام وسائل الإعلام والعوامل الديموجرافية التي تحكم هذا الاستخدام .
- محددات استخدام وسائل الإعلام كوظيفة في إطار اهتمامات واحتياجات الجمهور .
- عمليات الاختيار ما بين البدائل المختلفة المتاحة من وسائل الإعلام.
- اتجاهات استخدام الجمهور لوسائل الإعلام كجزء مما تقوم به هذه الوسائل

من وظيفة سد الفراغ في الوقت لدي الجمهور .

- تقييم الجمهور لأداء وسائل الإعلام فيما تقوم به من وظائف مثل التسلية ونقل المعلومات وخدمة الاهتمامات العامة .
- أسلوب استقبال الجمهور لبعض الأدوات الاتصالية الجديدة كالصحيفة الإلكترونية وغيرها .
- المستقبل المتوقع لوسائل الإعلام في إطار المنافسة لوسائل الاتصال الجديدة.

٢- الاعتماد علي فكرة فريق العمل لبناء موقع الصحيفة علي الإنترنت.

٣- دراسة جمهور موقع الصحيفة .

٤- أتباع سياسة الوب الخاصة بالصحيفة مع الاستخدام الكفء والأخلاقي والقانوني للإنترنت .

٥- احترام قواعد الملكية الفكرية مع الحصول علي موافقة مكتوبة لاستخدام عمل الآخرين .

٦- اختبار الموقع للتأكد من عملة وسرعة تحميله، حيث يجب علي مصممي المواقع الصحفية الالتزام بعملية الضبط النهائي للموقع قبل نشرة علي شبكة الإنترنت، وذلك للتأكد من مناسبة الموقع الصحفي للعرض علي شبكة الإنترنت وتشمل هذه العملية الإجراءات التالية .

- مشاهدة موقع الصحيفة بواسطة أنواع مختلفة من متصفحات الإنترنت مثل (Internet Explorer-Netscape-Opera-Linux) .
- عرض الموقع علي أكثر من جهاز كمبيوتر بأنظمة تشغيل مختلفة .

- عرض الموقع بما يتضمنه من صور ورسومات متحركة، ثم عرضه مرة ثانية بدون الصور والرسومات المتحركة، وذلك للتأكد من إمكانية وصول التكنولوجيات الخالية من الصور، دون الحاجة لبرامج مساعدة .
- استعمال إعدادات برمجة تتناسب مع أكثر الأنظمة اللونية شيوعاً بين مستخدمي الإنترنت، ويفضل استخدام نظام لوني يدعم (٢٥٦لون) مع إمكانية عرضه بدرجات اللونين الأبيض والأسود .
- مشاهدة موقع الصحيفة مع بدائل من أحجام وأنواع الخطوط، للتأكد من عدم الحاجة إلي إعدادات خاصة بنوع وحجم الخط .

٧- فهم العملية المعرفية والإدراكية لاتصال الجمهور بالصحيفة عبر الوب حيث إن الاتصال نشاط معرفي وإدراكي Communication is a cognitive activity.

ويشير كنت وتايلور إلي أن موقع الصحيفة علي الإنترنت يجب أن يركز علي أيه معلومات خاصة بالصحيفة وموضوعاتها، كما لا يجب تشتيت انتباه الزائر لموقع الصحيفة من خلال مضمن لا يقدم فائدة حقيقية للقارئ، كما يؤكدا أن الموقع يجب أن يكون واضحاً وإعلاميا، ولا يجب أن يطغي استخدام المؤثرات الخاصة علي هذه الخصائص. ويوضحا أن الوب بيئة اتصالية مصممة لأن تكون غنية في مضمونها، ومن ثم فإن الرسوم والصوت وغيرها من عناصر الوسائط المتعددة، قد لا تكون أكثر الأدوات الملائمة لإمداد جماهير الإنترنت بالمعلومات، كما يشير الباحثان إلي النقد الموجه لعدد كبير من المواقع علي الوب بأنها ضعيفة من ناحية المضمون، وتهتم بالشكل ويكون ذلك عادة علي حساب المضمون مما يترتب عليه تكوين صورة ذهنية سلبية عن جهة إصدار الصحيفة راعية الموقع أو المنظمة.

وتوجد ثلاثة اختبارات أساسية لتقييم فعالية موقع المنظمة علي الإنترنت هي:

- قدرة الموقع علي إقامة علاقة حوارية مع زواره وذلك عن طريق توفير عنوان البريد الإلكتروني للصحيفة علي الموقع وآليات الاستجابة المباشرة لرسائل زوار موقع الصحيفة.
- سهولة استخدام موقع الصحيفة .
- تقديم الخدمات المستمرة لزوار الموقع والتي تجذب الزوار للعودة للموقع مرة أخري.

وقد ركز فاك Falk علي المعايير التالية كشروط لفعالية مواقع الإنترنت وهي:

- أهمية الروابط .
- تقديم معلومات لزوار الموقع تتيح لهم الاتصال بالصحيفة صاحبة الموقع وبالمسئولين عنها .
- وضع هذه المعلومات علي الجانب الأيمن أو الأيسر من الشاشة بحسب لغة الموقع.
- سهولة استخدام الزائر للموقع .
- وضوح الهدف من الموقع .

والموقع الفعال هو الذي يتصف بوضوح الهدف منه، كما يتم التركيز فيه علي المضمون وعلي النصوص الجيدة والرسوم الجذابة وعلي سهولة الحركة، بالإضافة إلي توفير الإمكانيات التفاعلية له، والاختبار الحقيقي لموقع الصحيفة هو عودة الزوار للموقع بصورة متكررة، ومن ثم فإن تحديث محتويات الصحيفة وتصميم موقعها وإضافة مضمون جديد إليها يعد من أهم العناصر المؤثرة في فعالية الموقع .

لأن تصميم الرسالة الاتصالية عبر الإنترنت يجب أن يتبع نفس قواعد التصميم المتبعة في أي بيئة اتصالية أخري، بما في ذلك الابتكار والجودة والاتساق مع الصورة الذهنية الكلية للصحيفة صاحبة الرسالة الاتصالية، بالإضافة إلي الالتزام بقواعد تصميم الوب وغيرها من وسائل الإعلام الحديثة وتشمل تحديث المضمون بصورة دورية مستمرة وتوفير إمكانيات التفاعل بين الصحيفة والجمهور .

وبالنسبة للباحثين المتخصصين في دراسات الصلاحية فقد توصل سبول Spool وفريق البحث معه نتيجة اختبارهم الشامل لبعض المواقع لما يلي :

١- لا تساعد الصور والرسوم بالضرورة علي استرجاع مستخدمي الموقع للمعلومات.

٢- تعتبر روابط النص عنصرا حيوياً .

٣- أن الحركة داخل الموقع ومضمون الموقع عنصران لا ينفصلان .

٤- يختلف سلوك مستخدم الوب عند استرجاعه المتعمد للمعلومات عن سلوكه عند تصفحه للوب .

ويلاحظ الباحثون أن بعض مستخدمي الوب يعجبون بمواقع ما ولو كانوا يعانون من مشاكل في استخدامه، وتتناقض هذه الملاحظة مع القاعدة المتعارف عليها بأن الجمهور لا يحب البرامج الصعبة في الاستخدام، ومن ثم فإن من الممكن أن يضلل هؤلاء المستخدمون مصممي الوب، كما لا تعتبر هذه المواقع فعالة بالنسبة لبعض هذه الصحف، وتلفت هذه الملاحظة النظر لأهمية البحث عن مقاييس صلاحية استخدام مواقع الوب.

معايير تقيم فاعلية مواقع الصحف علي الإنترنت وفقا لصلاحيتها للاستخدام:

هناك معيارين أساسين هما الأبرز شيوعا في التراث النظري لبحوث صلاحية الاستخدام لتقيم فاعلية مواقع الصحف علي الإنترنت وهذان المعياران هما:-

- المضمون Content.
- بساطة التصميم Design simplicity.

أولا: المضمون Content:-

انصب اهتمام الباحثين والمصممين علي فائدة مضمون موقع الصحيفة بالنسبة لزواره، ومدي خدمة المضمون لاحتياجات الزوار. ويري الباحثون في صلاحية استخدام المواقع انه يمكن تقيم هذه النقطة من خلال اختبارات الصلاحية والدراسات المسحية علي مستخدمي الوب، حيث إن أهمية الموقع تكمن في الأساس من وجهة نظر مستخدمي الوب في أهمية مضمون الموقع بالنسبة لهم. كما إن المضمون هو السبب الذي يأتي المستخدم من اجله لموقع الصحيفة، ونظرا لكون المضمون هو القوي الدافعة وراء قبول المستخدمين للموقع فان كثير من الصحف تعيد التفكير في استراتيجيات الموقع الخاصة بها بحيث تستثمر إمكانياتها في المضمون بصورة اكبر بدلا عن التصميمات المعقدة والمكلفة .

ويكون إشباع حاجات الزوار من المعلومات والأخبار الحديثة والأحداث الجارية هو المبرر الرئيسي لإنشاء مواقع للصحف علي الإنترنت، ويسري ذلك سواء كان الهدف من إنشاء مواقع للصحف علي الإنترنت هو التسلية والترفيه أم مجرد التواجد وتدعيم علاقات طيبة مع جماهير الصحيفة الأم، أم تقديم مضمون خبري وترفيهي هادف وبناء.

قضايا المضمون ذات الأهمية الخاصة للصحف الإلكترونية :-

- توصلت نتائج عدة دراسات حديثة إلي إن الصحف الإلكترونية المصرية والعربية لم تستفد من الوب الفائدة الكاملة. وظهر ذلك من دراسات تحليل المضمون لمواقع بعض الصحف المصرية والعربية الموجودة علي الإنترنت التي توصلت إلي إغفال هذه الصحف لإمكانيات الهيبرتكست عند تقديم المادة التحريرية بها الأمر الذي يفقد النص الإلكتروني الذي تقدمة أحد أهم مقوماته وهو اعتماده علي قاعدة معلومات تسمح للقارئ بالتعمق في النص الذي يقرأه، مما يستوجب إن تكون كل جريدة إلكترونية لنفسها قاعدة معلومات وفقا لنوعية المضمون الذي ترتكز عليه.

- بالإضافة إلي نتائج الدراسات المسحية التي أجريت علي محرري التكنولوجيا المتقدمة في الصحف الإلكترونية، والتي توصلت إلي ضرورة إعداد كوادر صحفية قادرة علي استخدام الوسائل التكنولوجية المناسبة والأدوات المعبرة عن المضمون الذي يريدون تقدمها لقرائهم، مما يستدعي أن تهتم أقسام الإعلام المختلفة بتدريب الطالب علي التعامل مع الإمكانيات التكنولوجية المختلفة لشبكة الإنترنت .

- توصلت بعض الدراسات المسحية السنوية التي أجريت علي الصحف الإلكترونية الموجودة علي الإنترنت المصرية والعربية إلي أن معظم هذه الصحف تكتفي بتحديث مضمونها بعد مرور ١٢ ساعة من صدور النسخة المطبوعة، رغم أن هذا الأمر سيجعل القارئ الذي يبحث عن تفاصيل أي حدث يتجه إلي المواقع العالمية التي تقوم بتحديث مضمونها كل عشر دقائق. الأمر الذي يفقد الصحف الإلكترونية جانبا مهما من جوانب الخدمة المتميزة التي تستطيع أن تقدمها للقارئ وهي سرعة تغطية الحدث وقت وقوعه.

ثانيا : بساطة التصميم Design simplicity :-

أن مسالة وصول المستخدم إلي موقع الصحيفة وقدرته علي الدخول إلية وسهولة استخدامه تعتبر من أهم عوامل نجاح المصمم في وضع تصميم بسيط، بغض النظر عن مدي أهمية وملأءمة المعلومات بالنسبة للمستخدمين، حيث أن فائدة هذه المعلومات سوف تضيع إذا لم يكن من الممكن الدخول إلي المضمون بصورة سريعة وسهلة بالنسبة للمستخدم، كما يجب علي مصممي الصحف الإلكترونية الحذر من محاولة تكوين مواقع معقدة تكنولوجيا للصحف علي الإنترنت طمعاً للفوز بأفضل تصميم، فالتركيز يجب أن يكون علي المستخدم .

فالموقع الجيد التصميم هو الموقع الذي يعمل ويتردد عليه المستخدم باستمرار، وهناك عدد من المؤشرات التي تدل علي بساطة التصميم وهي تصنف في المجموعات الأربع التالية :

١ - ملائمة النظام Systems Compatibility :

إن تكوين الموقع فنياً يجب أن يتناسب مع أغلب برامج التصفح وحجم الشاشة ودرجة نقائها وأنظمة اللون وأجهزة المودم التي يستخدمها الجمهور المستهدف من قبل الصحيفة.

فالموقع المعقد أو المتقدم الذي يتطلب خطوط ISDN ليعمل بطريقة تامة يرسب فيه اختبارات صلاحية الاستخدام إذا كانت الغالبية العظمي من المستخدمين المستهدفين لا يزالون يستخدمون خطوط التليفون العادية أو أجهزة المودم ذات السرعات المتوسط.

٢- سرعة الاستخدام واتخاذ القرار Speed of use and decision -making :

من الضروري أن يسمح الموقع للمستخدم بالانتقاء السريع للبدائل التي يقدمها، لأن المستخدم سوف يختار المواقع الأخرى التي تسمح له بالانتقاء السريع للمعلومات وتوفر له الوقت، حيث أن المواقع التي تتطلب زمن تحميل كبير من المحتمل أن تكون أقل إرضاء للمستخدم، بسبب ملفات الرسومات والصور الكبيرة والنصوص الطويلة داخل الصفحة الواحدة وقوائم البدائل الضخمة .

٣- سهولة الإبحار Ease of Navigation :

يجب أن يسمح الموقع لمستخدميه بالتحرك بسهولة من صفحة إلي أخري بمساعدة الأدوات التي تنظم المعلومات بطريقة مفهومة وسهلة بالنسبة للمستخدم، وتشمل خصائص التصميم التي تساعد في الحركة الآتي :

- ❖ موجهات الحركة في كل صفحة .
- ❖ تكويد الفئات المتشابهة للمعلومات بنفس الألوان والعلامات التيبوغرافية.
- ❖ روابط العودة للصفحات الرئيسية للموقع.
- ❖ فواصل الأقسام الأساسية .
- ❖ القوائم الأساسية المبسطة .

٤- دقة استخدام الموقع Accuracy of use/ Success of search rates :

ويرتبط هذا المؤشر بتنظيم الموقع لمستخدميه بطريقة منطقية، حيث أنه يمكن تقليل

البحث الخاطئ عن المعلومات عن طريق العناوين المنطقية والواضحة والاستخدام المتسق للغة وأدوات البحث المصممة لمساعدة المستخدمين في الحصول علي المعلومة المطلوبة. فالبحث الناجح عن المعلومات يؤدي لرضاء المستخدم حيث يتم الوصول من خلاله إلي المعلومات الكاملة والدقيقة والمطلوبة .

وقد توصلت الدراسة التي أجراها ايسروك وليتشي عام ١٩٩٩ إلي أن هناك انتشارا للمشاكل الفنية في نسبة كبيرة من مواقع الصحف الإلكترونية التي خضعت للتحليل، وهو ما يعني أن عديد من الصحف الإلكترونية لا تزال في حاجة تحسين تصميم صفحاتها علي الوب، بحيث تكون وظيفية بصورة اكبر ويكون الدخول إليها أكثر سهولة .

قضايا التصميم ذات الأهمية الخاصة للصحف الإلكترونية علي الوب :

ومن القضايا المتعلقة بتقييم فعالية تصميم موقع الصحيفة علي الوب تلك التي تهتم بأسلوب كتابة النصوص Writing Style .

وتقترح نتائج بحوث صلاحية الاستخدام أن مواقع الوب الفعالة ليست مجرد وثائق يتم نشرها عبر الوب، فهناك فروق ذات دلالة بين الطباعة والوب من حيث التصميم، كما أن أنماط القراءة مختلفة علي الوب من خلال شاشات الكمبيوتر عنها في المواد المطبوعة، ويتعين علي مصممي الصحف الإلكترونية مراعاة الكيفية التي يؤثر بها وضع ومظهر المواد التحريرية وفنونها في صفحة الوب علي قبول القراء لهذه الفنون والرسائل التي تحملها .

ومن القضايا المهمة التي لم يتم الانتباه إليها إلا مع عام ٢٠٠١ تلك التي تعالج ملاءمة موقع الوب لثقافة مستخدميه، فإذا كان من مميزات الوب أنها تقدم المعلومات دوليا، فإن الغالبية العظمي من أعمال التصميم ودراسات صلاحية الاستخدام الخاصة بالوب

تم إنجازها في إطار الثقافة الغربية، ومن ثم فإن معايير تصميم الوب تميل لأن تعكس تفضيلات الجمهور الذي ينتمي لتلك الثقافة .

لذلك يتعين علي مسئولي الصحيفة وجهة إصدارها تقييم صلاحية استخدام موقع الصحيفة علي الوب في ضوء الثقافات المختلفة التي يستهدف الموقع الوصول إليها.

ومن الظواهر التي رصدتها وايت في دراستها ما أطلق علية Copy cat phenomenon وهي أن مسئولي مواقع الصحف علي الإنترنت يتصفحون الوب ثم يدمجون في مواقعهم خصائص التصميم التي أعجبتهم في المواقع الأخرى، كما رصدت المعتقد المنتشر بين المسئولين عن هذه المواقع الذي يفسر الظاهرة وهو أن مواقع الصحف الأخرى –التي يتم نقل خصائص تصميمات مواقعها- تصمم مواقعها علي نتائج الدراسة التي تجريها وهي نتائج قابلة للنقل، وعلي الرغم من ذلك تشير نتائج الدراسة إلي عدم إجراء مسئولي مواقع الوب ممن خضعوا للدراسة للبحوث الرسمية قبل إنشاء الموقع .

ومن التوصيات التي يقدمها عدد من خبراء الاتصال عبر الإنترنت لنجاح موقع الصحيفة علي الوب ما يلي :

- دراسة مواقع الصحف المنافسة علي شبكة الإنترنت .
- الاستفادة من خبرة الشركات والمؤسسات المقدمة لخدمات الإنترنت وخصوصا عند بداية التخطيط لخلق وجود للصحيفة علي شبكة الإنترنت .

وتشير نتائج الدراسة التحليلية التي قامت بها "نجوى عبد السلام" إلي أن مستوي التفاعلية الذي أتاحته الشركات العامة في مجال الإنترنت كان أعلي من ذلك الذي أتاحته المواقع الإخبارية التابعة لدور نشر صحفية حيث سجلت مواقع نسيج وأرابيا

أعلي نقاط في مقياس التفاعلية، تلتها المواقع الإخبارية مثل جودنيوز والباب جاءت بعدها مواقع إخبارية تابعة، وبخصوص دور النشر العربية مثل الأهرام، والرياض، الشرق الأوسط، والأنوار، والسفير حيث قدمت مستوي متوسطاً من التفاعلية أما باقي المواقع الإخبارية فسجلت مستوي ضعيفاً في مقياس التفاعلية الذي تم تطبيقه، فالمواقع الإخبارية التابعة لشركات تعمل في مجال الإنترنت كانت أكثر استفادة من الإمكانيات التكنولوجية التي تتيحها هذه الوسيلة عن المواقع التابعة لدور الصحف، وهو ما يفرض علي دور النشر الصحفية إعادة النظر في المواقع التي تقدمها بالاستفادة من الشركات حتى يتحقق لها فرصة جذب المترددين علي الإنترنت .

- الترويج لموقع الصحيفة علي الوب باستخدام وسائل الإعلام التقليدية وغيرها من الوسائل لضمان معرفة المستهلك بوجود موقع للصحيفة علي شبكة الإنترنت.
- عدم تصميم صور ورسوم داخل الموقع ما لم تكن ضرورية للرسالة الاتصالية والإعلامية .

ويشير بعض الكتاب إلي أن الصور والرسومات الكثيرة في صفحة الوب الواحدة تبطئ من عملية تحميل الصفحة وتتسبب في شعور زائر موقع الصحيفة بالملل وتركة للموقع، وينصح بعدم قطع الرسالة بالصور أو الرسومات أو الخلفيات المصورة الكبيرة أو الألوان الزاهية، يدل ذلك علي عدم النضج في تصميم موقع الصحيفة علي الوب .

- ويوصي عدد من خبراء الإنترنت بألا يغفل فريق العمل إنشاء روابط بين موقع الصحيفة علي الوب والمواقع المرتبطة بها .

- الخصائص البنائية (التركيبية) داخل موقع الصحيفة علي الوب والتي تساعد علي تحرك الزائر أو القارئ بسهولة :

Structural features on a web site that aid in navigation

بعد أن ينتهي فريق العمل من تجهيز مضمون الموقع وتحديداً بعد الانتهاء من خطوة تقسيم المعلومات إلي وحدات صغيرة تصنف في مجموعات رئيسية وفرعية، تبدأ عملية الربط بين هذه الوحدات في إطار تخطيط الحركة داخل الموقع Navigation وتظهر في هذه المرحلة قيمة النص الفائق، فعن طريق إنشاء الروابط يمكن ربط جميع صفحات موقع الصحيفة بسهولة بالصفحة الافتتاحية، كما يمكن ربط الصفحات الداخلية للموقع ببعضها .

وبالنسبة للمواقع التي تتكون من عدد صغير من الصفحات فإن قائمة بسيطة بالروابط في الصفحة الافتتاحية بالإضافة إلي رابطة للعودة من كل صفحة داخلية إلي الصفحة الافتتاحية يتمم الحركة داخل الموقع

أما بالنسبة للمواقع التي تزيد عدد صفحاتها الداخلية علي الخمس صفحات فيتعين علي فريق التصميم تخطيط الصحيفة بشكل أكثر تعقيدا للحركة داخل الموقع، مع ملاحظة أن طول قائمة الروابط في الصفحة الافتتاحية قد تسبب لزائر الموقع الشعور بالملل قبل الوصول لنهاية القائمة مثل صفحات الوب الطويلة.

ويتعين علي فريق العمل التأكد من أنه يمكن لأي زائر يدخل إلي الموقع من أيه صفحة أن يعرف كيف يتحرك داخل الموقع بسهولة، بحيث يصل إلي جميع صفحاته، وبالنسبة لتغيير مضمون الموقع يجب أن تعكس الصفحة الافتتاحية هذا التغيير ومن الأفضل الإشارة لتلك المعلومات بطريقة بارزة أعلي الصفحة الافتتاحية للموقع.

وقد توصلت الدراسة التي أجراها ايسروك وليشتي عام ١٩٩٨ أن الشركات التي تنشئ مواقع علي الوب تتصف بأنها صديقة للمستخدم بالنسبة للجانب الفني (الخصائص

التركيبية المتعلقة بالتصميم) تميل لنشر مضمون يتعدي المعلومات البحتة عن الخدمات ومعلومات عن الصحيفة، إلي نشر معلومات تتعلق بالمسئولية الاجتماعية للصحيفة .

وتؤكد نتائج دراسة "نجوى عبد السلام" إلي أن هناك ظاهرة مازالت مسيطرة علي الصحافة الإلكترونية العربية وهي عدم الاستغلال الكامل للإمكانيات التي تتيحها الثورة الرقمية، فغالبية الصحف لا تهتم بإقامة وسيلة اتصال ثنائية الاتجاه بينها وبين المتلقي بل تكتفي بنشر آراء ووجهات نظر محرريها دون الاهتمام بآراء جمهور القراء في المادة الإخبارية المنشورة، بينما كانت المواقع الإخبارية التابعة لشركات تعمل في مجال الإنترنت أكثر اهتماماً بآراء المترددين عليها.

وإذا كان أحد وظائف الإعلام الأساسية هو ربط أفراد المجتمع بعضهم ببعض فإن الصحافة الإلكترونية تستطيع القيام بدور هام في هذا المجال عن طريق تسهيل عمليات تبادل الرأي بين المهتمين بنفس القضايا أل أن الصحف الإلكترونية العربية لم تضع هذا البعد في قائمة أولوياتها ولم تحاول تسهيل عملية الحوار بين المترددين عليها.

ونستخلص من ذلك أن للمواقع التي تصنف علي أنها صديقة للمستخدم نوعين من الخصائص :

١- الخصائص الفنية :

المرتبطة بالتصميم وأدوات الحركة (التفاعلية) داخل الموقع.

٢- الخصائص المتعلقة بمضمون الموقع .

ويتعين علي فريق العمل المسئول عن الموقع أن يتأكد من أن زائر الموقع يتحرك بسهولة

داخلة، ويصل إلي المضمون الذي يبحث عنه بسرعة، وينصح بعض الكتاب بتقديم رسوم ترشد المستخدم لأساليب الحركة داخل الموقع .

ومن التوصيات التي يقدمها خبراء الوب لمساعدة جمهور الموقع علي سهولة التحرك بداخلة :

- تجنب صفحات النصوص الطويلة ما لم يكن هناك سبب قوي لاستخدامها.
- تقسيم المعلومات إلي طبقات أو فئات رئيسية يمكن لزائر الموقع أن يختار منها ما يريد .

وقد توصل أيسروك وليشتي من خلال دراستهما لتنظيم مواقع الصحف علي الإنترنت إلي أن نصف مواقع الصحف موضع الدراسة (حجم العينة ٥٠٠موقع) تعرض بشكل بارز الروابط لخرائط الموقع أو محركات البحث داخلة أو الاثنين معاً، وأنه عندما تعرض أحدي هذه الأدوات بصورة بارزة فإن الأداة الأخرى عادة ما تعرض بصورة بارزة كذلك علي الصفحة الافتتاحية للموقع، ويعكس هذا الارتباط وعي مجموعة من مصممي الوب باحتياجات جمهور الموقع الخاصة بتشغيل المعلومات، كما يرتبط وجود هذه الأدوات بتعقد واختلاف أو تميز معلومات الموقع .

كما يحذر الباحثون من الخبرة السلبية التي تنشأ عند جمهور الموقع بسبب وجود مشاكل فنية بالموقع وتأثير ذلك علي تقييم الجمهور لمضمون الموقع .

ومن الأخطاء الرئيسية التي رصدها نيلسون في تصميم مواقع الوب :

١- من الأخطاء التي يقع فيها عدد كبير من الصحف الإلكترونية في التعامل مع الوب عدم استغلال إمكانيتها لتغير الطريقة التي يتم بها نشر الأخبار والمعلومات

للجمهور .

٢- التركيز في التصميم علي شكل الصحيفة وعدم الاهتمام بمستخدمها، بينما يتعين علي مصممي مواقع الوب في الصحيفة وضع تصميم يتناسب ويتفاعل مع جمهور الوب.

٣- الخطأ المتعلق بتركيب وتنظيم المعلومات داخل الموقع حيث يقوم الكثير من مصممي الوب بتنظيم الموقع بحيث يعكس الطريقة التي يتم بها تنظيم الصحيفة الأم صاحبة الموقع، بينما من المفترض أن يتم تنظيم الموقع ليعكس اهتمامات مستخدميه وتفضيلاتهم .

٤- طريقة كتابة مضمون الموقع حيث يقع كثير من محرري الوب في خطأ الكتابة بنفس الأسلوب الخطي الذي اعتادوا عليه في كتابة النصوص في الصحف المطبوعة ويتعين علي محرري الوب أن يربوا أنفسهم علي طريقة الكتابة الجيدة التي تصلح لمستخدمي الوب الذين يتصفحون النص بصورة سريعة ويحتاجون إلي صفحات قصيرة جداً .

ومن الأخطاء التي يقع فيها عدد كبير من مصممي الوب تصميم الصفحات الافتتاحية للموقع بحيث تشبه صفحات أغلفة المجلات علي الرغم من أن معيار التصميم الجيد مختلف في الوسيلتين .

المرحلة الثالثة : التنفيذ (بناء الموقع) Site Construction :

ويتم في هذه المرحلة الانتهاء من بناء الصفحات الأساسية لموقع الصحيفة وملؤها بالمضمون، ويتعين علي فريق العمل في هذه المرحلة عدم التسرع والانتظار حتى يكتمل التكوين المفصل للموقع ومكونات المضمون في صورته النهائية والتصميم النهائي ويفيد

ذلك في سد ثغرات المضمون، كما يقلل من إهدار الطاقة والموارد الذي ينتج من التسرع في بناء الصفحات .

كما يتعين علي فريق العمل أن يكون مهيأ لاكتشاف أيه نقاط ضعف أو فرص يمكن استغلالها لتحسين مضمون الموقع أو الحركة داخلة، ومن ثم تعديل تصميم الموقع إذا لازم الأمر .

ومن تم بناء وتنفيذ الموقع يكون جاهزا للاختبار ويجب أن يقوم باختبار الموقع أفراد من غير فريق العمل لتقديم النقد الموضوعي لفاعلية الموقع وتصميمه العام، وبعد الانتهاء من اختبار الموقع وإجراء التعديلات اللازمة يبدأ فريق العمل في نشر عنوان موقع الصحيفة لعدد أكبر من الجمهور المستهدف .

وتنتهي هذه المرحلة بالنتائج التالية :

١- الانتهاء من برمجة جميع صفحات موقع الصحيفة بلغة HTML والانتهاء من وضع مضمون الصفحات في مكانه .

٢- الانتهاء من تكوين روابط الحركة داخل موقع الصحيفة Navigation Links

٣- وضع عناصر قاعدة البيانات في أماكنها وربطها بصفحات الموقع .

٤- وضع تصميمات الرسوم التوضيحية والصور في أماكنها .

٥- المراجعة النهائية لمضمون الموقع .

٦- الاختبار المفصل لوظيفة عناصر البرمجة وقواعد البيانات .

٧- اختبار مدي استجابة الموقع للتفاعل مع الجمهور، كالإجابة علي رسائل البريد الإلكتروني وغيرها .

٨- تخزين عناصر الموقع .

- تحديد المكان الذي يستضيف الموقع Host the Site :

إن أهم عامل في عملية تنفيذ موقع للصحيفة علي الإنترنت هو التأكد من إمكانية الدخول إلي هذا الموقع ٢٤ ساعة في اليوم و ٣٦٥يوم في السنة، ويتطلب تحقيق ذلك وصله دائمة للصحيفة بالإنترنت، أو تأجير مساحة علي كمبيوتر خادم من أحدي شركات ISPS المتخصصة في استضافة مواقع الوب، مع وصلة دائمة بالإنترنت تسمح بتشغيل الموقع طوال الأربع والعشرين ساعة .

وهنا يتعين علي الصحيفة أخذها في الاعتبار عند اختيار الشركة التي تستضيف الموقع وبالطبع فإن تكاليف التشغيل من العوامل المهمة ولكن لابد من تقييم هذه التكاليف بالنسبة للخدمات المقدمة، وهناك تعاقدات شهرية وسنوية مع هذه الشركات تتفاوت أسعرها تبعاً لحجم الصحيفة صاحبة الموقع والمساحة المطلوبة لتخزين الموقع والسعة التخزينية للملفات Bandwidth الذي يستهلكه الزوار الذين يدخلون إلي الموقع .

ومن القرارات المهمة التي يجب علي فريق العمل اتخاذها اختيار الكمبيوتر الخادم الذي يتم وضع الموقع عليه، وتحديد ما إذا كانت الصحيفة سوف تعتمد علي أحدي الشركات لتستضيف الموقع أو سيتم وضع الموقع علي كمبيوتر خادم خاص بالصحيفة، وهو ما يترتب عليه زيادة تكاليف التشغيل والصيانة .

وإذا كان فريق العمل يتوقع إقبالا كبيرا علي موقع الصحيفة، فهناك حاجة إلي تخصيص كمبيوتر خادم مستقل ليستضيف الموقع ووصلة عالية السرعة بالإنترنت، كما أن تخصيص وصلة بالإنترنت للشبكة الخاصة بالصحيفة يحمل في طياته تهديدات أمنية من خارج الصحيفة، ومن ثم فهناك حاجة إلي اتخاذ بعض الإجراءات مثل

حائط النار أو بين الوصلة المخصصة للإنترنت وبقية أجزاء شبكة الكمبيوتر الخاصة بالصحيفة لحمايتها من أي اختراق عبر الإنترنت .

وعلي العكس مما سبق فإن الاعتماد علي أحدي الشركات المقدمة لخدمة الإنترنت ISP يكون أقصر اقتصادية في تكاليف التشغيل والصيانة، حيث تترك هذه الشركات مساحات خالية علي أجهزة الكمبيوتر الخادمة الخاصة بها لتستضيف مواقع الوب، وفي مقابل أجر شهري فإن هذه الشركات تقوم بصيانة الموقع علي الكمبيوتر الخادم في موقعها الخاص والميزة التي تقمها أنها عادة ما تدير كمبيوتر خادما سريعا أسرع من الكمبيوتر الخادم الخاص بالصحيفة، كما أن هذه الشركات تمتلك وصلات بالإنترنت أسرع بشكل كبير من الوصلات التي تمتلكها الصحف .

ويعتبر قرار الاعتماد علي الشركات المقدمة لخدمة الإنترنت ISP هو الخيار الصحيح الذي يجب أن تتخذه غالبية الصحف الصغيرة، فهو يوفر التكاليف الأولية لشراء كمبيوتر خادم وبرامج ووصلات عالية السرعة للصحيفة، بالإضافة إلي أن مسئولية صيانة الكمبيوتر الخادم الذي يستضيف الموقع تقع علي عاتق الشركة المقدمة للخدمة.

ويوجد بديل لوضع الموقع علي الكمبيوتر الخادم الخاص بأحدي شركات ISP هو ما يطلق عليه نظام التعين Collocation وهو يعني بشكل أساسي أن الصحيفة صاحبة الموقع تمتلك كمبيوتر خادم خاص بها ولكنها تحتفظ به عند أحدي شركات ISP التي تتعامل معها ويسمح الكمبيوتر الخادم المخصص للموقع بزيادة سرعته ومن خلال هذا النظام لا تحتاج الصحيفة إلي تخصيص وصلة عالية السرعة غالية الثمن بالإنترنت.

- الإعلان عن موقع الصحيفة :

يتعين علي الصحف الإلكترونية الاستفادة من الإنترنت كوسيلة للإعلان عن نفسها،

فامتلاك الصحف لمواقع علي الوب وحتى إذا كان موقع جيد التصميم ليس كافياً فالصحف الإلكترونية تحتاج إلي أن تعلن بشكل فعال عن نفسها لضمان نجاحها وجذبها لأكبر عدد من الجمهور خاصة مع التزايد في عدد الصحف الموجودة بالفعل علي شبكة الإنترنت، فإن إستراتيجية بناء الموقع وتوقع زيارة الجمهور له لم يعد له فاعلية .

ويري هميل أن الإستراتيجية الجيدة للإعلان عن موقع الصحف تشتمل علي العناصر الرئيسية التالية:

أولاً: استخدام الوب للإعلان عن موقع الصحيفة علي الوب .

ثانياً : استخدام استراتيجيات الإنترنت بخلاف الوب ويشمل ذلك البريد الإلكتروني والمجموعات الإخبارية.

ثالثاً : الإعلان بوسائل أخري عن طريق تكامل بين الإعلان عبر الإنترنت والإعلان بالوسائل التقليدية.

أولاً : استخدام الوب للإعلان عن موقع الصحيفة علي الوب .

هناك خمس طرق للإعلان عن مواقع الصحف الإلكترونية علي الوب باستخدام الوب وهي :

١- التسجيل الفعال مع جميع محركات البحث الرائدة .

٢- مراقبة مركز الموقع في قائمة محرك البحث بطريقة منتظمة .

٣- وضع إعلانات عن موقع الصحيفة في المواقع الصحفية الكبيرة مع ضرورة الحذر في استخدامها لأنها ذات تكلفة عالية وخصوصا بالنسبة للصحف الصغيرة والمتوسطة .

٤- تحليل وتفسير ملفات الدخول إلي الموقع .

٥- إنشاء روابط متبادلة للواقع المرتبطة بنشاط الصحيفة وتعتبر هذه الطريقة من أكثر الوسائل فاعلية لتوجيه مرور مستخدمي الوب إلي موقع الصحيفة خاصة وأنها تعتبر إعلان مجاني .

وعندما يشير خبراء الإنترنت إلي الإعلان عن موقع الصحيفة فأنهم يقصدون بذلك زيادة حركة الزوار إلي داخل الموقع والمعيار الحقيقي من وجهة نظر نلسون لنجاح الموقع هو تكرار زيارة الموقع من قبل المستخدمين الذين يتصفون بدرجة عالية من الولاء.

وهناك أربع أسباب رئيسية تدفع المستخدم للعودة لبعض مواقع الصحف علي الوب وعدم العودة لمواقع أخري ويشير نلسون إلي أن هذه المعايير الأربعة هي أساس التصميم الجيد للوب لأنها أكثر تلبية لحاجات المستخدم، وهي :

- المضمون عالي الجودة .
- تحديث المضمون بصورة منتظمة وفي مدد زمنية قصيرة ومحددة .
- قلة زمن تحميل صفحات الصحيفة .
- سهولة الاستخدام والحركة في تصفح الصحيفة .

ثانياً : استخدام استراتيجيات الإنترنت بخلاف الوب ويشمل ذلك البريد الإلكتروني والمجموعات الإخبارية :

تعتبر الكيفية التي يتم بها استخدام أدوات الاتصالات المتاحة عبر الإنترنت عنصرا حيويا لنجاح عملية الإعلان عن مواقع الصحف، والإعلان عبر الإنترنت لا يعني البيع ولكنه يتعلق ببناء علاقات عبر الإنترنت وتقديم خدمة مضافة لعملاء الصحف

الإلكترونية الحاليين والمحتملين .

وتشتمل التطبيقات الأساسية لأدوات الاتصال عبر الإنترنت علي الاستخدام الإستراتيجي للبريد الإلكتروني والمجموعات الإخبارية وإعداد قائمة بالبريد الإلكتروني للكتاب والمحررين الفعلين في الصحيفة، وتعتبر المجموعات الإخبارية واحدة من أكثر الوسائل فاعلية للإعلان عن مواقع الوب مباشرة للجمهور المستهدف لهذه المواقع .

ثالثاً : الإعلان بوسائل أخري عن طريق تكامل بين الإعلان عبر الإنترنت والإعلان بالوسائل التقليدية :

من الأخطاء المتكررة التي تقع فيها كثير من الصحف الإلكترونية عدم التكامل بين استراتيجيات الإعلان الخاصة بالصحف الإلكترونية سواء تلك التي تعتمد علي الإنترنت أم التي لا تعتمد عليها، فبالإضافة إلي الوسائل التي سبق الإشارة إليها تحتاج مواقع الصحف الإلكترونية للإعلان عنها بشكل نشط في وسائل أخري غير أدوات الوب والإنترنت .

١- التأكد من وضع عنوان موقع الصحيفة علي الوب علي جميع الإعلانات في وسائل الإعلام التقليدية .

٢- وضع عنوان موقع الصحيفة علي الوب علي الصحيفة الأم (المطبوعة) إن وجدت.

٣- وضع نسخ للصحيفة الإلكترونية علي CD rooms كوسيلة للإعلان والترويج للصحيفة .

نخلص من ذلك أن مواقع الصحف الإلكترونية الموجودة علي الإنترنت يجب أن يكون

الإعلان عنها وفق برنامج متكامل في جميع مراحله باستخدام وسائل وبرامج الاتصالات المختلفة .

ويمكن تبسيط عملية الإعلان عن موقع الصحيفة كما يلي:

بعد الانتهاء من بناء الموقع ووضعه علي الكمبيوتر الخادم تظهر الحاجة إلي إعلام مجتمع الإنترنت بالموقع الجديد وعنوانه وذلك من خلال وسائل عديدة منها وضع عنوان للموقع في دليل أو أكثر من أدلة الوب ووضع العنوان مصحوبا برابطة للموقع في مواقع شركات ISPS ، ونشر إعلانات عن الموقع في المجموعات الإخبارية المهتمة بنشاط الصحيفة صاحبة الموقع .

بالإضافة إلي استخدام الإعلان التقليدي وإعلانات وسائل الإعلام المختلفة لتوجيه الجماهير إلي الموقع الجديد وتعتبر أدلة الوب من أكثر الوسائل فاعلية لجذب الانتباه للموقع الجديد لأن اغلبها يشتمل علي قسم خاص بكل ما هو جديد في مجتمع الوب ويقدم روابط للمواقع الجيدة .

ويجب التأكيد علي أن موقع الصحيفة علي الوب هو واحد من ملايين المواقع، ومع هذا الازدحام فمن السهل أن يتوه موقع الصحيفة بين كل هذا الكم الهائل من المواقع، ومن ثم فمن المهم إيجاد الوسائل اللازمة لجذب الجمهور إلي الموقع بعد إنشاءه وإدارته، بعبارة أخري يلزم أن تخصص الصحيفة الوقت والجهد والموارد اللازمة لترويج موقعها .

المرحلة الرابعة: الاختبار (متابعة زيارة المستخدمين للموقع والتقييم والصيانة):

يتعين علي فريق العمل المسئول عن موقع الصحيفة علي الوب أن يحدد في مرحلة

التخطيط طرق قياس فعالية الموقع في تحقيق احتياجات المنظمة وتوقعاتها، فمواقع الوب تحتاج لمراقبة واختبار وتقييم مستمر للتأكد من عملها بالصورة السليمة وإنجازها لأهدافها المحددة، فإنشاء موقع للصحيفة علي شبكة الإنترنت عملية مكلفة وتتطلب تخصيص الموارد اللازمة، ون ثم تحتاج إلي تقييم لتحديد ما إذا كانت تستحق هذه التكلفة والمجهود أم لا .

ويمكن تسجيل المعلومات الخاصة بزوار الموقع من جمهور القراء والمتصفحين عن طريق برنامج الكمبيوتر الخادم الذي يستضيف الموقع في مقابل أجر، ويمكن لهذه البرامج أن تتبع عدد الزوار الذين دخلوا إلي الموقع خلال فترة زمنية محددة وعدد الصفحات التي طلب الزوار مشاهدتها وغير ذلك من المتغيرات .

ويمكن من خلال تحليل هذه التسجيلات الوصول إلي بيانات كمية عن نجاح الموقع، وتوضح هذه التسجيلات أكثر الصفحات شعبية داخل الموقع، كما توضح أنواع برامج التصفح Browsers التي يستخدمها الزوار، وقد تعطي برامج التتبع معلومات عن الموقع الجغرافي لزوار الموقع، وتعتبر هذه المعلومات الأساس للقياس الكمي لنجاح الموقع.

ويتعين علي رئيس تحرير موقع الصحيفة Webmaster الاحتفاظ بهذه التسجيلات لتحليلها علي المدى الزمني الطويل، كما يمكن الحصول علي بعض المعلومات التي تحذر من مشاكل التصميم التي قد توجد بالموقع، فمثلاً إذا كان عدد المرات التي يطلب فيها ملفات الصور والرسوم المستخدمة في الصفحة الافتتاحية لموقع الصحيفة أقل بدرجة ملحوظة من نظيرتها لملفات HTML فإن ذلك يعتبر مؤشراً لاختيار عدد كبير من زوار الموقع عدم تحميل الصور والرسوم الموجودة بالصفحة، كما قد يكون ذلك مؤشرا إلي أن عديد من زوار موقع الصحيفة يستخدمون أجهزة مودم بطيئة نسبياً .

ومن ثم فإن جمع البيانات عن استخدام الزوار لموقع الصحيفة يساعد في إجراء التعديلات اللازمة للموقع بحيث يتم تحسينه أو استبعاد المضمون الذي لا يحظي باهتمام عدد كبير من زواره وتطوير المزيد من المضامين لأقسام الموقع التي نجحت في الحصول علي أعلي معدل استجابة من زوار الموقع وحظيت بأعلى معدل مرور من قبل الزوار .

ولكن من ناحية أخري- ومن منظور تسويقي- لا يعتبر عدد مرات زيارة الموقع مقياساً لنجاح الصحيفة الإلكترونية، غير أنه يمكن اعتبار ذلك مؤشراً لعدد مستخدمي الوب الذين لديهم وعي بوجود موقع للصحيفة الإلكترونية علي الإنترنت ومؤشراً لشعبية الموقع في مجتمع الإنترنت .

ولا يدل عدد مرات الدخول إلي الموقع علي اختلاف الأفراد الذين زاروا الموقع، ومن ثم فإن الاعتماد علي العدد الكلي للوصلات Connects بالموقع كمقياس لنجاح الموقع يمكن أن يكون خادعاً وغير موثوق به .

أما بالنسبة لحساب عدد مرات الدخول إلي صفحات محددة بموقع الصحيفة فيمكن اعتباره مقياساً لأكثر أجزاء الموقع فائدة وأهمية بالنسبة لجمهور الموقع، وكما أشرنا فإن هذه المعلومات تساعد علي الاستجابة لحاجات زوار الموقع بتغير أو تحديث أو إلغاء بعض صفحات الموقع .

كما أن هناك قياساً أكثر مباشرة لنجاح وجود الصحيفة الإلكترونية علي الإنترنت وهو تحليل بيانات الإعلانات والاشتراكات، حيث تقدم المعلومات عن الاشتراكات مواطن الضعف والقوة بالنسبة لموقع الصحيفة علي الإنترنت، وتشتمل هذه المعلومات علي عدد الاشتراكات بجانب عدد النسخ المنشورة علي CD Rooms إن وجدت، مقارنتا بعدد

اشتراكات مستخدمي الصحف الإلكترونية المنافسة بالإضافة إلي عدد النسخ المباعة سواء كانت مطبوعة أم إلكترونية علي CD Rooms ويلاحظ إن عديد من المواقع الخبرية للصحف الإلكترونية لا يكون هدفها الربح من خلال تواجدها علي الوب بقدر رغبتها فقط في التواجد وتقديم معلومات عن الصحيفة .

وتعتبر أراء وملاحظات الزوار مهمة للغاية للكشف عن الأخطاء داخل الموقع.، فعن طريق البريد الإلكتروني وغيره عادة ما يعبر الجمهور عن رأيه في موقع الصحف، كما يقدم المقترحات للتحسينات والتغييرات. ومن خلال رجع الصدى المباشر (التفاعلية) يحصل مسؤلي التصميم في الصحيفة علي قياسات كيفية عن أداء مواقع الصحف علي الإنترنت .

المرحلة الخامسة : التدعيم (المحافظة علي الموقع وتحديثه) .

يجب علي فريق العمل في الصحف الإلكترونية عدم إهمال الموقع بعد تقديمه ونشره للجمهور و لذلك يتعين عليه تنسيق المضمون الجديد والمحافظة علي المعايير المتعلقة بالنواحي التحريرية والصور والرسوم والتأكد من استمرار عمل البرامج والروابط المستخدمة في جميع الصفحات، فالروابط علي الوب عموماً تتصف بأنها سريعة الزوال ومن ثم فهناك حاجة ضرورية لاختبار هذه الروابط بصفة دورية للتأكد من أن الروابط الخارجية للموقع لا زال تعمل بكفاءة وفاعلية .

ويجب عدم حرمان الموقع من الموارد اللازمة لتدعيمه وتطويرية حتى لا يتحول إلي موقع قديم ومستهلك يبتعد عنه الجمهور فضلا عن أن عدم تطوير الموقع يسبب الإحباط للجمهور الذي بدأ بالفعل زياراته له وتصبح الصعوبة مضاعفة لمحاولة جذب هذا الجمهور مرة أخري بعد تركه للموقع .

كما أن زوار مواقع الصحف الإلكترونية من الجمهور المستهدف ذاتي الاختيار فعندما يزور موقع أحدي الصحف فأنه يكون مهتما بالفعل بهذه الصحيفة وما تقدمه لذلك يجب علي مخططي الوب الوعي بتوقعات الجمهور وعد تجاهل أهم مبدأ من أساسيات الوب وهو مبدأ الاختيار، حيث أن سوء التخطيط وعدم متابعة التصميم وتدعيمه وتطويرية وتحديث مضمونة وشكله يدفع المستخدم إلي عدم العودة إلي موقع الصحيفة مرة أخري .

- تقييم فعالية مواقع الوب :

يجدر الإشارة هنا إلي التزامن بين تسابق الصحف الإلكترونية لإنشاء مواقع لها علي الإنترنت وبين الاهتمام بتقييم أنشطة الصحف المطبوعة وانتشارها، فلقد اتجهت الصحف المطبوعة لإنشاء مواقع لها علي الإنترنت لإثبات تواجدها وصمودها أمام التحديدات التي فرضتها إمكانيات ومزايا الإنترنت كوسيلة اتصالية حديثة، من خلال مميزات المجموعات الخبرية وارتفاع معدلات استخدام البريد الإلكتروني والدردشة والحوار عبر الإنترنت وهو ما انتبهت إليه الصحف التقليدية لأحداث نوع من التفاعل بينها وبين جمهورها والذي قد بدأ في العدول عنها والاتجاه إلي شبكة الإنترنت والتي توفر كم هائل من المعلومات والأخبار آنية الحدوث مستخدمة في ذلك أحدث التقنيات المتمثلة في الوسائط المتعددة والفائقة التي أحاطت القراء بالأحداث والمشاهد الحية وجعلته يشعر وكأنه يعيشها.

ومع تطور الوب كوسيلة اتصالية حديثة متاحة للصحف حاولت بعض المؤسسات الصحفية والشركات وضع دليل يقنن طرق تقييم أنشطة الصحف علي الوب، ولقد تناول التقرير الذي نشر عام ١٩٩٧ معايير قياس وتقييم فعالية أنشطة الصحف علي الإنترنت، ومن القضايا التي أثارها هذا القرير البحوث والدراسات المتعلقة بالإنترنت Cyberspace Research .

وقد اقترح التقرير أن المقياس الأول لدراسات الإنترنت المتخصصة في الصحف الإلكترونية يتضمن مراقبة مناقشات الجمهور في غرف الدردشة chat rooms والمجموعات الإخبارية news groups .

أما المقياس الثاني الذي اقترحه التقرير فيتضمن مراجعة أنماط الدخول إلي مواقع الصحف علي الوب، وينص هذا التقرير علي أن يشتمل هذا التحليل علي اختبار طلبات الزوار لأي ملف علي الموقع وتقييم الزيارات للصفحة الافتتاحية للموقع، وتتبع البيانات الخاصة بالمناطق الجغرافية لزوار الموقع، وتقييم عملية نقل الملفات من الموقع، مع مراجعة الزمن الذي يستغرقه الزائر في الصفحة الواردة وعدد مرات دخوله إلي الموقع، وأنواع برامج التصفح التي يستخدمها الزوار وعدد الزوار الذين يكملون نماذج رجع الصدى ويعيدونها للمواقع .

ويوجه كيرك هالاهان من قسم الصحافة والاتصال التطبيقي بجامعة كولورادو الأمريكية النقد إلي هذا التقرير فيما يتعلق بأساليب التقييم المقترحة لمواقع الصحف علي الوب، حيث يشير هالاهان إلي أن هذه المصادر أغفلت واحدة من أهم طرق تقييم فعالية موقع الوب وهي الكيفية التي يستخدم بها الجمهور موقع الصحيفة علي الوب، حيث يمكن فهم مواقع الصحف بصورة أفضل من خلال تكنيكات بحوث صلاحية الاستخدام .

وتسمح هذه الاختبارات بتحليل استجابات المستخدمين سواء الموضوعية أم الذاتية لهذه المواقع، ويمثل هذا الاختبار مجالا للأكاديميين والممارسين لتحقيق فهم أفضل لكيفية عمل مواقع الوب، وكذلك الكيفية التي يحتمل أن تؤثر بها رسائل الوب في فعالية الاتصال بين الصحيفة وجماهيرها.

ونستنج من نقد هالاهان ما يلي :

١- غلبت الأساليب الكمية علي الأساليب الكيفية لقياس وتقييم فعالية مواقع الصحف علي الوب في التراث النظري لدراسات الوب التي تناولت هذه الوسيلة الحديثة من منظور الاتصال الجماهيري .

٢- بخلاف هالاهان وكاي لم يتناول الباحثون الغربيون أساليب القياس الكيفية لمواقع الصحف علي الوب، وهو ما يؤكد النقد الذي أثاره هالاهان وسبق الإشارة إليه .

معايير ضبط جودة مواقع الصحف الإلكترونية علي الإنترنت :-

ويقصد بالجودة هنا مطابقة الإنشاء للمواصفات الموضوعة له، وعلي هذا فان جودة الإنشاء هي«مجموعة السمات والخصائص المتعلقة بالإنشاء البرنامجي للصحيفة والتي تجعله قادرا علي تحقيق الهدف من إنشاءه» وتندرج خصائص الصحيفة تحت عدد من العوامل التي ترتبط بدورها بعدد من معايير الجودة.ويتم التحقق من توافر معايير الجودة عن طريق أدوات لقياس تلك المعايير ، قد تبدأ بأداة بسيطة لجمع المعلومات، أو نموذج تقويم يملؤه أحد الخبراء إلي إن تصل إلي معدلات عالية في التعقيد لتقويم جوانب دقيقة من الصحيفة.

ومن عوامل الجودة الواجب توافرها في الصحف الإلكترونية ما يلي :

أولا: عوامل تتعلق بالأداء : ومنها

١- الكفاءة :

لابد من تحديد مستوي معين من الكفاءة لا يتم إجازة الصحيفة ألا بعد تخطيها لهذا المستوي ويختلف هذا المستوي تبعا لمتطلبات كل صحيفة ووظيفتها، وتتعلق الكفاءة

بالإجابة علي تساؤل مفاده كيف يمكن للصحيفة إن تساعد علي إتاحة موادها التحريرية وذلك عن طريق الكفاءة في التنفيذ والكفاءة في التخزين.

٢- السلامة :

وهي مرادفة للأمن، ويجب أن تتمتع الصحيفة بأمن البيانات ، ومن ذلك :

- التحكم في الدخول للصحيفة .
- التدقيق في الدخول .

٣- المصداقية :

تتصل المصداقية أو الموثوقية بالدرجة التي يمكن للصحيفة أن تؤدي بها وظيفتها دون أخطاء، وعموما كلما زادت مرات المراجعة وفترة الاختبار للصحيفة كلما قلت أخطائها، وقد تكون الأخطاء في الصحيفة في المحتوي، ويمكن تصحيحها بسهولة، أو أخطاء فنية تؤدي إلي توقف الصحيفة عن العمل، ولكي يتحقق مستوي جيد من المصداقية يجب مراعاة ما يلي :

١- الدقة في جميع مراحل التصميم والإنتاج والمراجعة .

٢- البساطة، كلما كانت الصحيفة بسيطة وبعيدة عن التعقيد أمكن تجنب الأخطاء وبالتالي تحقيق المصداقية للصحيفة .

٤- سهولة الاستخدام :

وتعد من أهم المعايير المؤثرة علي نجاح الصحيفة، فلو صعب استخدام الصحيفة من قبل المستخدم النهائي فإن ذلك يجعل الصحيفة عديمة الفائدة حتى لو تتمتع بالكفاءة والمصداقية .

٥- الصحة :

ويقصد بالصحة مدي اتفاق الصحيفة مع الأهداف التي وضعت من أجلها والمعايير المحددة لأدائها ويتم ذلك عن طريق :

- الاكتمال : ويقصد به الأداء الأمثل لتحقيق أكبر قدر من حاجات الجمهور المستهدف .
- الاتساق : والذي يعتبر من صفات الصحف التي تقدم إطاراً أو أسلوبا موحداً في الأداء والصحيفة التي تحقق قدراً عالياً من الاتساق يألفها المستخدم بسرعة، مما يجنبه الارتباك والفهم الخاطئ .

٦- قابلية الصحيفة للصيانة :

ويقصد بقابلية الصحيفة للصيانة المجهود المطلوب لتحديد وإصلاح أي خطأ يقع فيها في مرحلة معينة من مراحل التصميم والإنتاج والتشغيل، فالصحيفة علي الوب كأي نظام تحتاج إلي دعم وصيانة، لذلك يجب أن يراعي في تصميم الصحيفة عمليات الصيانة اللاحقة ويم ذلك عن طريق :

- النمذجة : حيث يجب تقسيم الصحيفة إلي عدة نماذج ليسهل معرفة كل منها والعمليات الداخلة فيها، ويسجل النموذج في شكل مخطط بحيث يسهل تتبع الخطأ فيما بعد .
- السهولة : كلما كانت الصحيفة مبنية بسهولة وبعيدة عن التعقيد كلما أصبحت في الإمكان صيانتها فيما بعد .
- الاتساق : عن طريق استخدام أسلوبا موحدا ومتسقا في بناء أجزاء الصحيفة

حتى يسهل تتبع وتشخيص ومعالجة الأخطاء .

- التشخيص الذاتي : تزود بعض البرامج المستخدمة في إنتاج الصحيفة إمكانية التشخيص لبعض المشكلات ذاتيا مما يسهل معالجتها مثل التعرض لفيروسات معينه فتوجد برامج تنبه بهذه الفيروسات لتبدأ عمليات صيانة الصحيفة .

٧- إمكانية الاختبار والتحقق :

تنتج عن عملية التصميم والبرمجة وثائق ونماذج، ويجب أن تتاح هذه النماذج فيما بعد لتسهيل عملية صيانة الصحيفة .

٨- إمكانية التوسع :

يتعلق هذا العامل بإمكانية ترقية الصحيفة وزيادة قدرتها ووظائفها لرفع كفاءتها وزيادة محتواها أو تحديثها وذلك في ضوء احتياجات الجمهور .

٩- المرونة :

يقصد بمرونة الصحيفة الإلكترونية علي الوب، مقدار السهولة في التغيير في محتواها أو بياناتها .

١٠- التوافق وإمكانية التشغيل المترابط :

ويقصد بذلك إمكانية تعامل الصحيفة الإلكترونية مع نظم تشغيل وأجهزة مختلفة.

١١- إمكانية النقل :

يدخل ضمن هذا العامل إمكانية طرح الصحيفة للاستخدام من خلال شبكة بها أجهزة

مختلفة وأنظمة مختلفة ويتطلب ذلك وجود شفرة قياسية موحدة لتبادل المعلومات، وهذا العامل غير متاح في اللغة العربية حتى الآن .

ويلاحظ أن عوامل الجودة لا يشترط أن تتوافر جميعها في الصحيفة الواحدة، بل يحدد فريق مراقبة الجودة العوامل التي يري وجوب توافرها في الصحيفة ومن ثم يقوم بالتحقق من الجودة وفقا للعوامل التي حددها مسبقا .

الفصل الخامس

الصحافة الإلكترونية العربية

- نشأة الصحافة الإلكترونية العربية
- أنواع الصحف الإلكترونية العربية
- أساليب إعداد الصحف الإلكترونية العربية
- واقع الصحافة الإلكترونية العربية
- المعوقات التي تواجه الصحافة الإلكترونية العربية
- الصحافة الإلكترونية في بعض البلدان العربية
- دراسات حول الصحافة الإلكترونية في بعض البلدان العربية
- الصحافة الإلكترونية في مصر
- الصحافة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية



الصحافة الإلكترونية العربية

مع تطور ثورة المعلومات، وتزايد مكانة الانترنت في عالم الاتصال، بدت دور النشر والمؤسسات الصحافية تسعى لتدشن لنفسها مواقع غير تقليدية في الصدور والانتشار على شبكة الانترنت، حدودها الفضاء الرحب، لا البقعة الجغرافية المحدودة.

فإذا كانت صناعة الإعلام مرت بثلاث مراحل أساسية فرضتها التطورات التاريخية والتكنولوجية حيث ساد في البداية مفهوم King is Money حينما كان هدف القائمين على صناعة الإعلام توفير أكبر قدر من التمويل الإعلاني ليغطى تكلفة الإنفاق على إنتاج المحتوى الإعلامي ، ثم جاءت مرحلة Content is King علا فيها شأن المضمون باعتباره ما يميز وسيلة عن أخرى ويضمن جذب انتباه الجمهور، ثم انتقلت في المرحلة الحالية إلى مرحلة سيطرة المستخدم King is Customer حيث أصبح استقطاب المتلقي وجذبه لمتابعة المضمون الذي تقدمه الوسيلة هو الهدف الرئيسي لوسيلة الاتصال.

ومن هنا سعت الصحف العربية لتفتح لنفسها أفاقا جديدة باستخدام شبكة الانترنت، للاستفادة من مميزاتها خاصة وإنها تصل إلى القارئ العربي في كل مكان من أرجاء المعمورة، لتصدر طبعات إلكترونية لها على الشبكة لتدخل بذلك إلى عالم الصحافة الإلكترونية.

حيث دخل العالم العربي مجال الانترنت دون أن يتأخر كثيراً عن العالم، وربما تكون الانترنت أسرع وسيلة اتصال تبناها العرب بعد أن تبناها الغرب بسنوات قليلة، بالقياس إلى انتشار الطباعة والراديو والتلفزيون في العالم العربي، ففي التاسع من سبتمبر ١٩٩٥ توافرت الصحيفة اليومية العربية إلكترونيا لأول مرة عبر شبكة الانترنت، ثم

توالت الصحف العربية في إنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت، حتى انه لا تكاد دولة تخلو من وجود مواقع لصحفها أو بعضها على شبكة الانترنت .

فقد حددت إحدى الدراسات عدد مواقع الصحف العربية اليومية والأسبوعية على الانترنت في مطلع عام ١٩٩٨ بنحو ٤٢ موقعا بالإضافة إلى ١٥ موقعا لمحطات الراديو والتلفزيون العربية وستة مواقع لوكالات أنباء عربية.

وقدر أحد الباحثين العرب عدد الصحف الإلكترونية في العالم العربي في عام ٢٠٠٠ بنحو ٦٥ صحيفة تصدر باللغات الثلاثة : العربية والانجليزية والفرنسية .

وقام كلا من حسنى نصر وعصام عبد الهادي بحصر ٩٨ صحيفة عربية إلكترونية تتركز النسبة الأكبر منها في مصر، ولا يشمل هذا الحصر الصحف الإلكترونية العربية التي تصدر من خارج الوطن العربي.

نشأة الصحافة الإلكترونية العربية :

هناك خلاف بين الباحثين في تحديد الصحيفة الإلكترونية العربية الأولى التي ظهرت على شبكة الانترنت وفى تحديد تاريخ صدورها، فقد رأى كلا من السيد بخيت و رضا عبد الواجد أمين في أن أول صحيفة إلكترونية عربية يومية تصدر عبر شبكة الانترنت هي صحيفة الشرق الأوسط على شكل صور وذلك في التاسع من سبتمبر من عام ١٩٩٥، وكانت الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على شبكة الانترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة إلكترونية خاصة بالشبكة ابتداء من الأول من فبراير ١٩٩٦، تلتها بعد ذلك جريدة الحياة في الأول من يونيو ١٩٩٦ والسفير في نهاية العام نفسه .

ويؤكد فوزي عبد الغنى خلاف أن جريدة الراية القطرية أولى الصحف العربية التي أنشئت موقعا لها على شبكة الانترنت من بداية يناير ١٩٩٧ تلاها جريدة الوطن الكويتية والأيام البحرينية وتلتها الدستور والبيان والرأي الأردنية ثم تأتى بعد ذلك جريدة الحياة اللبنانية ثم بعد ذلك جريدة القبس والجزيرة السعوديتان، أما جريدة الشرق الأوسط السعودية فإنها لا تتيح الاطلاع على نسختها المنشورة على الانترنت إلا باشتراك قيمته ٤٨ جنيها أستراليا لمدة عام.

وتضيف نجوى عبد السلام موضحة أن أول مؤسسة صحفية مصرية أنشأت موقعا لها على شبكة الانترنت كانت مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر التي أنشأت موقعا في ١٦ فبراير ١٩٩٧، ويضم نسخا إلكترونية من صحف الجمهورية والمساء والجازيت ومصر اليوم، تلتها جريدة الشعب حيث أصدرت نسختها الإلكترونية منذ أول أكتوبر ١٩٩٧ ، كما أن موقع جريدة الأهرام أتاح من خلال شبكة الانترنت جريدة الأهرام ويكلى الصادرة باللغة الانجليزية وذلك منذ منتصف شهر يونيو ١٩٩٨ ومجلة السياسة الدولية مترجمة باللغة الانجليزية ، وبعدها النسخة الإلكترونية لجريدة الأهرام الصباحية التي بدأت في ٥ أغسطس ١٩٩٨، أما أول جريدة إلكترونية مصرية وعربية يتم إعداد مادتها خصيصا للنشر الإلكتروني فهي جريدة المراسل والتي بدأت في الصدور أسبوعيا منذ أغسطس ١٩٩٧ .

ويرى حسنى نصر أن بداية ظهور الصحف العربية على شبكة الانترنت في منتصف عام ١٩٩٦ حيث سارعت بعض الصحف العربية بإنشاء مواقع لها على الشبكة خصصتها في البداية كمواقع دعائية لها ثم حولتها بفعل تطور الصحافة الإلكترونية عالميا إلى مواقع صحفية تضع عليها بعض مادتها الورقية .

ولم تصل غالبية الصحف الإلكترونية العربية إلى مرحلة الانفصال التام عن نظيرتها

المطبوعة مثلما حدث مع بعض الصحف العالمية كبعض الصحف الأمريكية والأوروبية فالصحف الإلكترونية العربية لازالت نسخا مصغرة من الصحف الورقية التي تدير بنفسها هذه المواقع ولم تستقل سواء في إدارتها أو صحفييها أو مادتها عن الصحف الورقية الأم .

وتشير البيانات المتاحة إلى أن هناك العديد من الصحف العربية التي تبنت عملية إصدار نسخ إلكترونية لها على شبكة الانترنت ، ليصبح لكل صحيفة إلكترونية كبرى تقريبا مواقع على شبكة الانترنت ،وإن تفاوتت هذه المواقع في القوة والفاعلية واستثمار الإمكانيات الاتصالية لشبكة الانترنت .

وتعتمد هذه الصحف في بث مادتها الصحفية على تقنيات عدة متفاوتة ومختلفة،ولكن أيا منها لا يرتفع بالصحافة العربية إلى مستوى الصحافة الإلكترونية المتكاملة ، على الرغم من توافر أنظمة البحث والاسترجاع المتوافقة مع اللغة العربية .

وفيما يلي عرض قائمة بأسماء الصحف العربية التي لها مواقع على شبكة الانترنت موزعة حسب الدولة التي تصدر منها الصحيفة الأم، أعدت هذه القائمة في عام ٢٠٠٣ مع ملاحظة أن هذه القائمة عرضة للتغير نتيجة دخول صحف إلكترونية عربية جديدة إلى الشبكة.

الصحف العربية على شبكة الانترنت

الدولة	أسم الصحيفة	اللغة	طبيعة النص
السعودية	الحياة	العربية	نص محمول
	المدينة	العربية	نص محمول
	الرياض	العربية	نص فائق
	الجزيرة	العربية	نص فائق/صورة
	الشرق الأوسط	العربية	نص فائق/ ملخص
	لكي أنت	العربية	نص فائق
	المحيط	العربية	نص فائق
الإمارات	البيان	العربية	نص فائق
	الخليج	العربية	صورة
	الاتحاد	العربية	صورة
	الجريدة	العربية	نص فائق
	أخبار العرب	العربية	نص محمول
	زهرة الخليج	العربية	نص فائق
	جلف نيوز	الإنجليزية	نص فائق
	خليج تايمز	الإنجليزية	نص فائق
العراق	ايراك توداى	الإنجليزية	نص فائق

مصر	المساء	العربية	نص فائق
	الوفد	العربية	نص فائق
	الأهرام	العربية	نص فائق
	العالم اليوم	العربية	نص فائق
	الجمهورية	العربية	نص فائق
	حريتى	العربية	نص فائق
	إجيبشان جازيت	الإنجليزية	نص فائق
	لوبروجرية اجسبسيان	الفرنسية	نص فائق
	الأهرام ويكلى	الإنجليزية	نص فائق
	الكورة والملاعب	العربية	نص فائق
	شاشتى	العربية	نص فائق
	الأهرام العربى	العربية	نص فائق
	السياسة الدولية	العربية	نص فائق
	نصف الدنيا	العربية	نص فائق
	أخبار اليوم	العربية	نص فائق
	الأخبار	العربية	نص فائق
	أخبار الحوادث	العربية	نص فائق
	أخبار الرياضة	العربية	نص فائق
	الشعب	العربية	صورة
	أخبار النجوم	العربية	نص فائق
	أخبار السيارات	العربية	نص فائق
	أخر ساعة	العربية	نص فائق
	الأهرام ابدو	الفرنسية	نص فائق

الكويت	السياسة	العربية	صورة
	الوطن	العربية	نص فائق
	القبس	العربية	نص فائق
	كويت تايمز	الإنجليزية	نص فائق
المغرب	الجريدة المغربية	الإنجليزية	نص فائق
	الأنباء	العربية	نص محمول
	لوماتان دى صحراء	الفرنسية	نص فائق
	مغرب عرب برس	الفرنسية	نص فائق
	موراكو توداى	الإنجليزية	نص فائق
فلسطين	الأيام	العربية	نص فائق
	الحياة الجديدة	العربية	صورة
	القدس	العربية	صورة
الجزائر	الشعب	العربية	نص فائق
	الوطن	الفرنسية	نص فائق
	الخبر	العربية	نص فائق
	المجاهد	الفرنسية	نص فائق
	اليوم	العربية	نص فائق
	هوروزون	الفرنسية	نص فائق
	جونيو انبدبندنت	الفرنسية	نص فائق
	لا تريبون	الفرنسية	نص فائق
	ليبرتيه	الفرنسية	نص فائق
البحرين	أخبار الخليج	العربية	صورة GIF
	بحرين تربيون	الإنجليزية	نص فائق
	جولف ديلى نيوز	الإنجليزية	نص فائق
	الأيام	العربية	نص فائق
الأردن	العرب اليوم	العربية	صورة
	الدستور	العربية	نص فائق
	الرأى	العربية	صورة
	جوردون تايمز	الإنجليزية	نص فائق

لبنان	الأنوار	العربية	نص محمول / نص فائق
	الكفاح العربى	العربية	صورة
	المستقبل	العربية	نص محمول / نص فائق
	السفير	العربية	نص فائق
	النهار	العربية	نص محمول / نص فائق
	نداء الوطن	العربية	نص فائق
	لو اورينت ليجور	الفرنسية	نص فائق
	دايلى ستار	الإنجليزية	نص فائق
ليبيا	ليبيا : أخبار وآراء	عربية/ إنجليزية	نص فائق
عمان	الوطن	العربية	صورة
	عمان	العربية	صورة
	عمان اوبزرفر	الإنجليزية	نص فائق
السودان	الرأي العام	العربية	صورة
	ألوان	العربية	صورة
	الشارع السياسي	العربية	صورة
سوريا	البعث	العربية	نص فائق
	الثورة	العربية	صورة
	سوريا تايمز	الإنجليزية	نص فائق
	تشرين	العربية	نص فائق
تونس	الصحافة	الفرنسية	نص محمول
	لا برس دى تونس	الفرنسية	نص محمول
	لو رينوفو	الفرنسية	نص محمول
	لو تمبس	الفرنسية	نص محمول
اليمن	الثورة	العربية	نص محمول
	الأيام	العربية	نص محمول
	الجمهورية	العربية	نص محمول
	الطارق	العربية	نص محمول
	26 سبتمبر	العربية	نص محمول

يضاف إلى هذه الصحف اليومية عدد من الصحف العربية اليومية التي تصدر على شبكة الانترنت من دول غير عربية وتعبر عن الجاليات العربية وتتوجه لها في هذه الدول .

ومن أبرز هذه الصحف صحيفة القدس وصحيفة العرب وصحيفة الشرق الأوسط وصحيفة الأزمان وتصدر جميعها من المملكة المتحدة ، وصحيفة الوفاق وتصدر من الولايات المتحدة الأمريكية .

وفيما يلي عرض المواقع الإلكترونية الخاصة ببعض الصحف العربية على شبكة الانترنت وهى كما يلي :

صحف عربية على شبكة الإنترنت

الصحيفة	العنوان	التوصيف
باب	http://www.Bab.com	موقع أخباري وصحيفة إلكترونية باللغة العربية تصدر من المملكة العربية السعودية بدأ من ٧ أكتوبر عام ٢٠٠١ ويعد من أفضل المواقع العربية على شبكة الانترنت.
الجمهورية	http://www.algomhuria.net.	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لدار التحرير للطباعة والنشر الموقع يضم النسخ الإلكترونية من إصدارات المؤسسة المختلفة ومنها: جريدة الجمهورية، والمساء، وحريتي، وعقيدتي،والكورة، وشاشتي، والعلم.
الأهرام	http://www.ahram.org.eg	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لمؤسسة الأهرام يضم نسخ إلكترونية من إصدارات المؤسسة ومنها:جريدة الأهرام، الأهرام العربى، والشباب، والأهرام المسائي، والأهرام الاقتصادى، وعلاء الدين، ولغة العصر، والأهرام أبدو، والأهرام ويكلى.
اتجاهات	http://www.Itijahat.com	صحيفة إلكترونية باللغة العربية تصدر عن دار المواسم للصحافة والنشر المملكة العربية السعودية بدأ من ٢٣ أكتوبر عام ٢٠٠١ وتصدر من بريطانيا
إيلاف	http://www.Elaph.com	صحيفة إلكترونية تصدر من المغرب العربى وكان اول عدد لها في ٢١ مايو عام ٢٠٠١ .
الجريدة	http://www.aljareeda.com	صحيفة إلكترونية بالكامل تصدر في الأمارات العربية المتحدة منذ أول يناير عام ٢٠٠٠ .
أفاق عربية	http://www.afaqarabia.com	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لجريدة أفاق عربية.
سودانيل	http://www.sudanile.com	أول جريدة سودانية على الانترنت تصدر من الخرطوم أنشأت عام ١٩٩٨ .

أنواع الصحف الإلكترونية العربية :

تعتمد الصحف العربية الإلكترونية المتوافرة على الانترنت في بثها للمادة الصحفية على ثلاث تقنيات هي تقنية العرض كصورة ، وتقنية بي دي أف PDF ، وتقنية النصوص الفائقة . وهذه التقنيات تختلف فيما بينها على مستوى عرض وتخزين المادة الصحافية ولكنها تجتمع في عدم إمكانية البحث والاسترجاع الآلي لمعلومات معينة من الطبعات اليومية الجارية أو من الطبعات السابقة المتوافرة آليا.

وبعض الصحف العربية الإلكترونية تتوافر بشكل يومي على الانترنت والبعض الأخر يتيح الكترونيا بعض ما ورد في الطبعة اليومية الورقية ،فقط قلة من الصحف العربية الإلكترونية تلتزم بالإصدار اليومي الإلكتروني من دون قصور .

وتنقسم الصحف الإلكترونية العربية على شبكة الانترنت إلى أربعة أنواع رئيسية وفقا للغة الإنترنت المستخدمة في تقديمها وهى :

١ - الصحف التي تستخدم نمط الصورة GIF :

حيث يقتصر الأمر في بعض الصحف خاصة التي تقدم مادتها بنمط الصورة على مجموعة من الخدمات الإخبارية منقولة عن الصحيفة الورقية مثل أهم أخبار الصفحة الأولى ، وأهم الأخبار المحلية ، وأهم الأخبار العالمية بالإضافة إلى بعض الأخبار الرياضية والفنية والاقتصادية .

وفى هذه الحالة فان الصحيفة الإلكترونية لا تتضمن كل المادة التي تحويها الصحيفة الورقية، في حين أن الإمكانات الهائلة التي تتيحها الانترنت للصحف الإلكترونية والتي تجعلها قادرة على نشر كل المواد التي تنشرها الصحيفة الورقية بل والإضافة إليها أيضا .

ولهذا النوع من أساليب نشر مادة الصحيفة الإلكترونية بعض العيوب والتي تتمثل في صعوبة تصفحها على الشبكة حيث يحتاج نقل الصورة والنص إلى وقت أطول للظهور على الشاشة ، كما يحرم الصحف من استخدام الإمكانات الاتصالية للشبكة في المواقع مثل خدمة البحث بكلمة مفتاحيه داخل موقع الصحيفة أو في الوب كله ، وكذلك خدمات الاتصال التفاعلي مثل الاشتراك في الصحيفة الورقية من داخل الموقع وتقديم الإعلانات لها .

٢- الصحف التي تستخدم لغة النص الفائق HTML :

وتضم هذه الفئة كل الصحف الإلكترونية الناطقة باللغتين الانجليزية والفرنسية لسهولة تقدمها بهذه اللغة ومن أمثلتها صحف الوطن والمجاهد الجزائريتين وجولف ديلى نيوز البحرانية، والاجيبشيان جازت المصرية وجوردن تايمز الأردنية وكويت تايمز الكويتية، وجولف تايمز القطرية، وخليج تايمز وجلف نيوز الإماراتيتين ، وديلى ستار اللبنانية، وموراكو توداى المغربية وعمان اوبزرفر العمانية ..... وغيرهم

إلى جانب عدد من الصحف الإلكترونية العربية الناطقة باللغة العربية ومن أمثلتها الرياض السعودية ، والراية القطرية ، والبيان الإماراتية ومجموعة صحف الأهرام ودار التحرير وصحف أخبار اليوم المصرية والأنوار والنهار اللبنانيتين .

والصحف العربية الإلكترونية التي تستخدم هذا النمط يمكنها الاستفادة من الإمكانيات التفاعلية والاتصالية المختلفة المتاحة على الشبكة ، مثل خدمة الاتصال بالمحررين والبريد الإلكتروني وإدارة حلقات النقاش ، بالإضافة إلى خدمات البحث والتصويت و خدمات الأرشيف..... وغيرها .

٣- الصحف التي تستخدم لغة النص المحمول PDF :

وهو النمط الذي يتيح نقل نسخة مطابقة تماما للنسخة المطبوعة الأمر الذي يعطى

شعورا للمستخدم بأنه يقرأ على الشبكة نفس الصحيفة ، نظرا لما يوفره هذا النمط من إمكانية نقل الإخراج والرسوم والصور وحتى المساحات البيضاء كما هي في النسخة المطبوعة .

ومن أمثلة الصحف التي تستخدم هذا النمط صحيفة اليوم الجزائرية ، والصحافة التونسية والمستقبل اللبنانية ...... وغيرها من الصحف الأخرى .

٤- الصحف التي تجمع بين لغة النص الفائق HTML و لغة النص المحمول PDF :

وهو اتجاه عالمي جديد تستخدمه الصحف الإلكترونية الكبرى للاستفادة من مزايا النمطين . وقد حذت بعض الصحف الإلكترونية العربية حذو الصحف الإلكترونية العالمية الكبرى واستخدمت النمطين ومن أمثلتهم : صحيفة القدس العربية ، وصحيفة الأنوار ، وصحيفة النهار...... وغيرها .

أساليب إعداد الصحف الإلكترونية العربية :

تعددت الأساليب التي تستخدمها الصحف العربية الإلكترونية في إعداد مادتها ، وسوف نتعرض لها فيما يلي من عدة زوايا هي :

- تصميم صفحة الاستقبال :

تحرص كل الصحف الإلكترونية العربية على أن تتضمن صفحة الاستقبال الخاصة بها عناوين الأبواب الصحفية المختلفة فيها ، فنجد صفحة الاستقبال الخاصة بالنسخة الإلكترونية من جريدة الأهرام المصرية تحتوى على أيقونات ثابتة تدل على محتويات العدد والتي تحتويها الصفحة الأولى ، ويتم عرض إشارات تعبر عن الموضوعات

المختلفة في كل صفحة من تلك الصفحات وعلى القارئ الراغب في قراءة تفاصيل الموضوع النقر على عنوان الخبر أو على الصورة المصاحبة له ، وهى نفس الطريقة المتبعة في موقع جريدة باب الإلكترونية السعودية .... وغيرها من مواقع الصحف العالمية .

- **تصميم الوصلات ووسائل الإبحار:**

تختلف الصحف الإلكترونية العربية في شكل استخدامها للوصلات ووسائل الإبحار داخل مواقعها ففي حين تكتفي بعض الصحف الإلكترونية العربية بالوصلات بين الأيقونات الموجودة في صفحة الاستقبال والموضوعات المرتبطة بها ، دون ربطها بأرشيف الجريدة أو بمواقع أخرى تضيف للقارئ تفاصيل أعمق عن الحدث وهذا هو النموذج الشائع الأكثر استخداما بين الصحف الإلكترونية العربية على شبكة الانترنت.

نجد بعض الصحف الإلكترونية العربية تقدم وصلات من صفحة الاستقبال إلى مواقع أخرى مثل موقع جريدة الأهرام المصرية الصباحية يقدم قائمة للعديد من المواقع المصرية مثل رئاسة الجمهورية ووزارات الدفاع والخارجية والسياحة والتعليم العالي والبحث العلمي والجامعات المختلفة وموقع الأزهر الشريف وبعض المواقع الأخرى مثل البنك الأهلي وبنك مصر والنادي الأهلي .....وغيرهم ، ويتيح أيضا الانتقال إلى موقع مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر وعلى باقي الإصدارات الإلكترونية لمؤسسة الأهرام .

وكذلك موقع جريدة الجزيرة يتيح للمتصفح الدخول إلى موقع وزارة التعليم العالي السعودية ، وموقع جريدة الأيام يتيح للقارئ الدخول إلى مواقع كثيرة في دولة البحرين كالفنادق والمدارس والبنوك والمؤسسات التجارية والتلفزيون البحريني ، وكذلك موقع

جريدة باب واتجاهات السعوديتان وموقع جريدة ايلاف المغربية وغيرهم من الصحف الإلكترونية العربية التي تستخدم الوصلات في الإضافة إلى موقعها وإثراء مضمون مادتها من خلال الربط بالمواقع ذات الصلة بالمضمون وهى بذلك تجعل القارئ غير مضطر لترك موقعها والبحث في أماكن أخرى عن تفاصيل للموضوع .

- **استخدام الألوان :**

هناك عدد كبير من الصحف الإلكترونية العربية وخاصة التي تستخدم أسلوب الصورة كلغة انترنت في عرض محتوياتها تقتصر في استخدام الألوان على استخدامات محدودة كتلوين الخلفية أو تلوين العناوين والبعض الأخر لا يستخدم الألوان في حين نجد بعض الصحف الأخرى تتنوع في استخدامات الألوان لإبراز وتوضيح محتوياتها وإخراجها بشكل جذاب يشد انتباه القارئ لموضوعات الصحيفة .

- **طريقة التعامل مع النص :**

اتبعت الصحف الإلكترونية العربية أربع طرق في عملية إدخال أعدادها على شبكة الانترنت. الأولى تعتمد على إدخالها كصورة وليس كنص حيث يتم تجهيز مواد الجريدة في صورة شريط طولي من الأخبار وتحويله إلى صورة من خلال برنامج Photoshop وحفظها كصورة وتكتفى الجريدة في هذه الحالة بإقامة وصلات Links بين صفحة الاستقبال وصفحات الجريدة المختلفة، كل وصلة مرتبطة بصورة الصفحة الخاصة بها، وهى نفس الطريقة التي تعتمد عليها معظم الصحف العربية المنشورة على شبكة الانترنت .

ونذكر هنا أن الصحف العربية تعتمد على هذه الطريقة في نشر صحفها على الانترنت لتفادى مشكلة عدم قدرة بعض التطبيقات الخاصة ببرامج تصفح الانترنت والمحملة

على أجهزة الكمبيوتر التعرف على حروف اللغة العربية إلا أن من عيوبها الأساسية أن تخزين الصفحة كصورة يجعلها تستغرق وقتا طويلا عند استدعائها من على الانترنت، كما أن هذه الطريقة تحرم الجريدة الإلكترونية من استغلال الإمكانات التكنولوجية للنشر الإلكتروني مثل إضافة الأفلام والرسومات المتحركة والأصوات وإقامة وصلات بين النصوص المختلفة سواء داخل العدد نفسه أو بالأرشيف الخاص بالجريدة كما أنها تبدو غير جذابة مقارنة بمواقع الصحف العالمية التي يتم إدخال المادة التحريرية كنص مما يجعله سهل الاستدعاء، وأيضا يسهل التعامل معه سواء بالتعديل أو إضافة الصور وإقامة الوصلات بين النص وغيره من النصوص. ومن أمثلتها صحيفة الرأي العام والشارع السياسي السودانيتان، والثورة السورية، والشرق القطرية، والوطن وعمان العمانيتان، والكفاح العربي اللبنانية، والسياسة الكويتية، والعرب اليوم الأردنية .

أما الطريقة الثانية والتي يتم من خلالها التعامل مع النص نجد نموذجا لها في موقع جريدة الجزيرة وهى جريدة يومية سعودية والتي تتيح تصفح العدد سواء بتقنية النصوص -وهو ما يتطلب توافر برنامج يتيح قراءة النص العربي من على الانترنت مثل برنامج سندباد أو برنامج تانجو- أو بتقنية الصور لمن لا يتوافر عنده برامج تعريب الانترنت، فبالنقر على أي طريقة يظهر جدول بعناوين الصفحات وأرقامها وعند النقر على عنوان الصفحة أو رقمها المسجل أمامها تظهر عناوين الموضوعات التي تحتويها الصفحة، وبالنقر على العنوان المطلوب يظهر الموضوع الصحفي للقارئ. ومن أمثلتها الأنوار والمستقبل والنهار اللبنانية.

أما الطريقة الثالثة فتضم غالبية الصحف العربية الإلكترونية الناطقة باللغتين الانجليزية والفرنسية والتي تستخدم لغة النص الفائق text Hyper لسهوله تقديمها، ومن أمثلتها صحف الوطن والمجاهد الجزائريتين، وكويت تايمز الكويتية، وجولف ديلي

نيوز البحرانية، والاجيبشان جاذيت المصرية .

وأخيراً الصحف الإلكترونية العربية التي تستخدم نمط النص المحمول PDF وهو النمط الذي يتيح نقل نسخة مطابقة تماماً للنسخة المطبوعة، ومن أمثله الصحف التي تستخدم هذا النمط صحيفة المستقبل اللبنانية، واليوم الجزائرية والصحافة التونسية.

واقع الصحافة الإلكترونية العربية :

اتجهت غالبية الصحف العربية إلى أن يكون لها مواقع على شبكة الانترنت بالإضافة إلى ظهور عدد من الصحف الإلكترونية التي لا ترتبط بصحيفة ورقية ، إلا أن بعض الدراسات تشير إلى انه رغم الحضور الواضح لهذه الصحف إلا انه حضور لا يتماثل مع النمو الهائل للصحف الإلكترونية عالميا ، خاصة فيما يتعلق بتناسب هذه الأرقام مع أعداد الصحف العربية وعدد الدول والسكان في الوطن العربي ، حيث يوجد فجوة كبيرة بين عدد مستخدمي الانترنت العرب والعدد الإجمالي للسكان في الوطن العربي ، يضاف إلى ذلك ضعف البنية الأساسية لشبكات الاتصالات ، إضافة إلى بعض العوائق الاجتماعية والثقافية والاقتصادية قد أخرت الاستفادة من خدمات شبكة الانترنت ، وانعكست بشكل رئيسي على سوق الصحافة الإلكترونية .

تشير نتائج الدراسات التحليلية لمواقع بعض الصحف العربية الموجودة على شبكة الانترنت أنها مازالت وسيلة لإعادة تقديم مضمون الصحيفة المطبوعة نفسه دون التفكير في التعامل مع النص بما يتيح استغلال إمكانيات الوسيلة الإلكترونية التي تنقله، كما يلي :

- محدودية الاستخدام الأمثل لإمكانيات النشر الإلكتروني الذي توفره شبكة

الانترنت ، والاكتفاء ببعض التغيرات الطفيفة التي تتناسب مع طريقة الإخراج على شاشة الحاسب الآلي والتي تختلف بالضرورة عن بسط المادة الصحفية على مساحة الصفحة الورقية .

- عدم السعي إلى ربط مواقع الصحف الإلكترونية بمواقع أخرى رغم إمكانية إقامة وصلات تتيح التجول داخل مواقع أخرى على شبكة الانترنت .

- العديد من الصحف الإلكترونية العربية تحرص على التركيز على المضامين الخبرية التي يغلب عليه الطابع المحلى ، محاوله منها التأكيد على الطابع القطري لها والتركيز على الأحداث المحلية التي تحدث داخل الدولة التي تصدر منها وذلك على اعتبار أنها تتوجه إلى القارئ القطري بصفة أساسية ،وبذلك تتصف بعض الصحف العربية الإلكترونية بأنها ذات طبيعة محلية ولا تولى الشؤون الدولية اهتماما كبيرا وهذا يقلل من جمهورها فهي لم تعد الصحيفة الورقية التي توزع داخل البلد بل هي صحيفة عالمية لابد وان توجه إلى الجميع .

- عدم استغلال الإمكانيات الإعلانية للصحف الإلكترونية فهي لم تشهد إقبالا من المعلنين رغم إمكانية استغلال مواقع هذه الصحف الإلكترونية لإتاحة الفرصة لمتصفح الانترنت للوصول إلى مواقع العديد من الشركات الصناعية والتجارية بحيث يكون موقع الصحيفة هو الممر الذي يسلكه الراغب في التعرف على معلومات عن مختلف أنواع المنتجات المتاحة كأحدث المنتجات من سيارات وأسعار العملات والبورصة حتى مواعيد وصول الطائرات وسفرها وغيرها من الأنشطة التي قد تهم متصفح الصحيفة في أي مكان في العالم .

- لم تحاول الصحف الإلكترونية العربية استخدام إمكانيات الهيبرتكست Hypertext عند تقديم المادة التحريرية بها الأمر الذى يفقد النص الالكترونى

الذى تقدمه أحد أهم مقوماته وهو اعتماده على قاعدة معلومات تسمح للقارئ بالتعمق في النص الذى يقرأه، مما يستوجب أن تكون كل جريدة إلكترونية لنفسها قاعدة معلومات وفقا لنوعية المضمون الذي تركز عليه، سواء بأسماء البلاد أو الشخصيات الشهيرة أو الوزارات والهيئات المختلفة بما يتيح للنص الذي يحرره الصحفى أن تظهر فيه عبارات قابلة للنقر كلما تعرف الكمبيوتر على احد المصطلحات التي يخزنها في أرشيف الجريدة .

- أن مستقبل الصحافة الإلكترونية العربية يحتاج إلى إعداد كوادر صحيفة قادرة على جمع الأخبار بمختلف الأدوات سواء بالقلم أو المسجل أو الفيديو، بحيث يختار الصحفى أنسب الأدوات المعبرة عن الفكرة التي يريد تقديمها لقرائه، مما يستدعى أن تهتم أقسام الإعلام المختلفة بتدريب الطالب/ الطالبة على التعامل مع الإمكانيات التكنولوجية المختلفة لشبكة الانترنت.

- اختارت معظم الصحف الإلكترونية العربية أن تكتفى بتحديث نسختها الإلكترونية بعد مرور حوالي ١٢ ساعة من صدور النسخة المطبوعة، الأمر الذي سيجعل القارئ العربي الذي يبحث عن تفاصيل أي حدث يتجه إلى المواقع العالمية التي تقوم بتحديث مادتها كل عشر دقائق، الأمر الذي يفقد الصحف الإلكترونية جانبا مهما من جوانب الخدمة المتميزة التي تستطيع أن تقدمها للقارئ وهى سرعة تغطية الحدث فور وقوعه.

- تستطيع الصحف الإلكترونية العربية زيادة الخدمات التي توفرها لمتصفح الانترنت وتنويعها بحيث تجذبه إلى إعادة زيارة الموقع والبقاء به والتجول داخل قائمة الممرات التي يقترحها، فيمكن على سبيل المثال تقديم خدمة التعرف على مواعيد سفر الطائرات ووصولها وأسعار العملات وحركة الأسهم في البورصة وأجندة بالنشاط الثقافى والفني، كما تقدم بعض مواقع الصحف الإلكترونية

العالمية خدمة النقاش بين القراء المهتمين بموضوعات خاصة، وأحيانا النقاش مع شخصيات سياسية أو فنية أو أدبية شهيرة .

- إن التفكير في التعامل مع الصحافة الإلكترونية أسلوب التفكير نفسه الذي يحكم عملية إعداد الجريدة المطبوعة يعتبر تقييدا لإمكانيات هذه الوسيلة التكنولوجية الحديثة، لذا يتطلب الأمر التفكير في كيفية إعداد موضوعات صحفية تلبى احتياجات المتصفح من جانب وتحسن استغلال الوسيلة من جانب آخر حتى لا نصبح كمن يمتلك محطة إرسال تليفزيوني ليقدم من خلالها برامج حوارية لا تناسب سوى الراديو .

المعوقات التي تواجه الصحافة الإلكترونية العربية :

- بالرغم من المزايا العديدة للانترنت، فإن هنالك العديد من المحاذير، عند تقييم مصداقية المعلومات التي يتم الحصول عليها من الانترنت لضمان القيام بتغطية صحفية موضوعية حيث إن المعلومات على الانترنت يمكن أن تضلل فمن الصعب التأكد من دقتها ومعرفة مصدرها، كما يمكن استغلال الصحف الإلكترونية في تقديم الادعاءات الملفقة والمعلومات الزائفة والاكتفاء بها بديلا عن المصادر الأساسية، وكذلك يمكن أن يختلط بها الحقائق بالإعلانات والدعاية .

- قضية التشريعات الصحفية التي تحكم العمل في الصحافة الإلكترونية مازالت غير واضحة فلم يحدد بعد هل ستظل تخضع لنفس التشريعات والأحكام والتوجيهات المحلية أم أن اتساع ساحة النشر والتوزيع الإلكتروني تحتم إيجاد تشريعات وتوجيهات أخرى تناسب طبيعة العمل في الصحافة الإلكترونية .

- إدخال النص باللغة العربية والتعامل معه كنص هي أبرز مشكلات إعداد صحف إلكترونية باللغة العربية على شبكة الانترنت فبالرغم من وجود برامج لتعريب

الانترنت إلا أنها غير متوفرة لدى عدد كبير من مستخدمي الانترنت في الوطن العربي، كما أن المغتربين العرب من مستخدمي الانترنت في دول العالم المختلفة قد لا يتوفر لديهم برنامج النوافذ في نسخته العربية فلا تستطيع أجهزة الكمبيوتر في هذه الحالة التعرف على الحروف العربية، وهو الأمر الذي دعا بعض الصحف الإلكترونية إلى إدخال النص كصورة لتضمن إمكانية قراءته في مختلف الظروف . الأمر الذي يتطلب إنشاء مواقع عديدة جديرة بالزيارة تستخدم اللغة العربية، وذلك لإيجاد جدوى اقتصادية لتطوير برامج متوافقة مع اللغة العربية، وجذب أكبر عدد من الجمهور لتصفح هذه المواقع .

- ضعف عائد السوق (القراء والمعلنين)، فهناك فرق في التكلفة التي يتحملها قارئ الصحيفة الإلكترونية في مقابل شراء النسخة المطبوعة، إلى جانب قله إقبال المعلنين على شراء مساحات إعلانية للإعلان عن شركاتهم ومنتجاتهم، حيث أن جمهور الصحف الإلكترونية مازال لا يضاهي جمهور وسائل الإعلام الأخرى.

- عدم وجود صحفيين مؤهلين لإدارة وتحرير الصحف الإلكترونية، حيث يتصور البعض خطأ أن الفرق بين الصحفي الإلكتروني وغيره هو سطح القراءة، فهناك فوارق أخرى فالنص الإلكتروني مفتوح ومن الممكن أن يمتد ليضفي معلومات تاريخية وعلمية ويخدم الحدث عبر كل فروع المعرفة وفق رؤية الصحفي، فهو نص نشيط ومتفاعل طوال الوقت، أما المطبوع فمغلق ينتهي بنهاية آخر كلمة في التقرير، كما أن النص الإلكتروني يدعم بمواد بصرية وسمعية، بل من الممكن مثلا استخدام برنامج «غوغل إيرث» لتدعيم تقرير عن مكان معين فيراه القارئ أمامه رؤية العين».

- ويرى محمود خليل أن تكوين الصحفي الإلكتروني يتطلب القفز على المفهوم التقليدي للصحفي صاحب القلم حيث لا تقتصر التغيرات التي ستدخلها

الصحافة الإلكترونية على ما سبق، وأن المفهوم الجديد للصحفي الإلكتروني Editor Online يتطلب مهارات عديدة منها القدرة على التصوير بكاميرا الفيديو والتصوير الرقمي وكذلك الإلمام بتصور جديد لكتابة القصة الإخبارية أو التحقيق، مع إضافة تلك العناصر لإثراء النص بشكل مميز. فستمتد أيضا إلى أسلوب العرض وشكل النص الإلكتروني فكما ساعدت ثورة المعلومات الصحافة المطبوعة على التغيير في أسلوب الكتابة، وطريقة السرد، فلجأت إلى استخدام أساليب متنوعة لتغطية الحدث لتضمن الاختلاف والتميز عن الصحف الأخرى، وتتغلب على مشكلة السرعة التي تسبقها فيها وكالات الأنباء والمواقع الإلكترونية، ستختلف النصوص الإلكترونية هي الأخرى نتيجة لثرائها واعتمادها على عناصر إضافية تتيح لها التميز بشكل أوسع. ولكي يكون الصحفي إلكترونيا ومتوافقا مع هذا التطور لا بد أن يكتسب مفهوم التحرير غير الخطي، أي يراعي التغيرات الجديدة التي دخلت على طرق صياغة القصص الخبرية مثل اختيار الوصلات الفائقة المناسبة لخدمة النص والقدرة على التعامل مع الوسائط الأخرى كالفيديو والتصوير الرقمي والصوت، كما سيتحول المخرج الصحفي إلى ما يشبه المخرج السينمائي، لأن النص الصحفي نفسه بات أقرب إلى النص السينمائي تتداخل فيه مواد عديدة صوتية وبصرية.

- ومن وجهة أخرى فإن التغيير الإلكتروني سيمتد في المستقبل القريب ليشمل أخلاقيات العمل الصحفي، ومراجعة مفاهيم ظلت لسنوات مقدسة في مواثيق الشرف الصحفي كالخصوصية، وما يعرف بالخطوط الحمراء السياسية، إضافة لاختفاء الكتلة البيروقراطية التي تدير الصحيفة وتغير اقتصاديات الصحف وارتفاع المصداقية بفعل تعدد الدلائل على صحة المعروض.

- المنافسة الشرسة من مصادر الإخبار والمعلومات العربية الدولية والأجنبية التي

أصدرت لها طبعات إلكترونية منافسة للغة العربية.

- قلة وجود إمكانيات الاتصال بشبكة الانترنت بطريقة سهلة ورخيصة لذلك يجب على الدول العربية زيادة كفاءة خطوط التليفون والعمل على خفض قيمة المكالمات التليفونية التي تتم في وقت متأخر ليلاً وهو الوقت الذي يستغله العديد من الأفراد للاتصال بالشبكة، فهذا الأمر يعد تحديدا حضاريا ينبغي على الأقطار العربية أن تواجهه حتى تحتل اللغة العربية كلغة بحث على شبكة الانترنت .

- عدم وضوح مستقبل الصحف الإلكترونية على شبكة الانترنت في ظل عدم وجود قاعدة جماهيرية واسعة، فهناك فرق بين مدى إقبال الجمهور على قراءة الصحف الإلكترونية في مقابل الصحف الورقية المطبوعة .

- إن الملاحة (الإبحار) Navigation عبر الإنترنت يمكن أن تستهلك وقتا كبيراً بلا جدوى، بدون معرفة وقت ومكان التوقف عن البحث، فالبحث عن المعلومات يقتضى تطوير المهارات البحثية لدى الصحفيين، فضلا عن أنها لا تقوم بدور المقيم لأهمية المعلومة ولا تقرر ما إذا كانت ذات مصداقية أم لا، أو ما إذا كانت يجب أن تدرج ضمن المادة الصحفية أم لا، وتلك مهام تتم من قبل صحفيين مدربين فضلا عن أن المعلومات على الإنترنت غير منظمة بشكل يسير، والتعامل يقتضى إجراء فحص مزدوج للمعلومات ولرسائل البريد الإلكتروني للتأكد من أنها جاءت ممن أرسلها ومدى أهليتهم وجدارتهم الصحفية، كما يصعب التميز بين الصحفيين المحترفين وغيرهم من الدخلاء على المهنة، فكما تساعد الإنترنت في تنشيط ذاكرة الصحفي وتعميق تخصصه فإنها تضيف إلى كاهله مسئوليات جديدة تتمثل في الفحص والتدقيق وحسن الاختيار للتغلب على إشكاليات التلاعب والتحايل والتحريف .

الصحافة الإلكترونية في بعض البلدان العربية :

تنمو الصحافة العربية الإلكترونية على شبكة الانترنت بشكل واضح، فلا تمر مدة قصيرة إلا وتؤسس صحيفة جديدة أو قديمة لنفسها موقعا على الانترنت ، وتنضم صحف عريقة مع أخرى جديدة إلى الوجود الصحفى العربي في الانترنت، حيث إن وجود الصحافة العربية اليومية الإلكترونية على شبكة الانترنت مع الانتشار الواسع لها والتطورات التي تحدث لها في أوقات متقاربة مع تطورات النشر الإلكتروني العربي يستوجب وضع هذه الصحف أمام البحث العلمى الجاد .

فالصحف العربية على شبكة الانترنت تختلف في طريقة عرض النصوص باختلاف صيغ النشر الإلكتروني، فبينما تقدم بعض الصحف مادتها بصيغة الصور فإن أخرى تنشر مادتها بصيغة النص الفائق، والبعض الأخر يقدم المادة بصيغة النص المحمول، وبينما توفر بعض الصحف إمكانية إرجاع محتوياتها الظاهرة والمخزنة في الأعداد السابقة فإن تلك الميزة لا تتوفر في صحف أخرى، وتحتوى بعض الصحف على خاصية الأرشيف لأعدادها السابقة بمختلف طرائق العرض في شكل إيضاحات ثابتة أو متحركة بجانب النصوص.

وكذلك تحتوى بعض الصحف على محرك بحث في حين تتيح بعض الصحف الاطلاع على محتوياتها مجانا فإن أخرى تلزم المشتركين على دفع رسوم مقابل الاطلاع .

بالإضافة إلى انه هناك عدد من الاختلافات بين الصحف الإلكترونية العربية من حيث إقبال الجمهور عليها وكذلك من خلال المضامين التي تتناولها إلى جانب الشكل التصميمي وتوظيف إمكانيات الوسائط الفائقة ،واستخدام لغة الانترنت في تقديمها ، وكذلك تأثير دولة المنشأ على السياسة التي تنتهجها الصحيفة في عرض مضامنها،

وما إذا كانت تؤثر أي من الصحف على الأخرى الصحيفة المطبوعة أم الإلكترونية ..

دراسات حول الصحافة الإلكترونية في بعض البلدان العربية :

أجريت العديد من الدراسات التي تناولت الصحف الإلكترونية العربية على شبكة الإنترنت والتي تعرضت لبحث بعضاً منها من خلال النشأة والسمات والعناصر البنائية واستفادتها من الوسائل التكنولوجية التي إتاحتها الشبكة ومن هذه الدراسات:

دراسة نجوى عبد السلام (١٩٩٨)

« تجربة الصحافة الإليكترونية المصرية والعربية الواقع وأفاق المستقبل»

استهدفت الدراسة التعرف على الإمكانات التى تتيحها الكتابة الإلكترونية وأدوات الصحفى فى مجال الصحافة الإلكترونية والعناصر التى يعتمد عليها تصميم الصحف العربية الإلكترونية على شبكة الانترنت ، وكذلك التعرف على تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية، ومدى استفادتها من الإمكانات التكنولوجية للإنترنت.

ومن النتائج التى توصلت إليها الدراسة :

- عدم استخدام إمكانيات الوسائط المتعددة فى الصحف، فلم تحاول أى من الصحف الإلكترونية المصرية أو العربية إضافة الصوت أو المشاهدة الحية أو لقطات الفيديو المسجلة التى تعكس الأحداث للمادة التحريرية، وعدم استخدام الصحف إمكانيات الهيبرتكست عند تقديم المادة التحريرية.
- لم تحاول الصحف الإلكترونية المصرية والعربية استغلال الإمكانيات

الإعلانية المختلفة، إلى جانب عدم سعى الصحف الإلكترونية المصرية والعربية إلى ربط مواقعها بمواقع أخرى رغم إمكانية إقامة وصلات تتيح التجول داخل مواقع مثل: مواقع الوزارات والهيئات الحكومية والجامعات ومواقع دار الإفتاء ومواقع العديد من المؤسسات والشركات والفنادق والمستشفيات التى تمتلك بالفعل مواقع على الإنترنت.

- أن مستقبل الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية يحتاج إلى إعداد كوادر صحفية قادرة على جمع الأخبار بمختلف الأدوات المعبرة عن الفكرة التى يريد تقديمها لقرائه. مما يستدعى أن تهتم أقسام الإعلام المختلفة بتدريب الطالب على التعامل مع الإمكانيات التكنولوجية المختلفة لشبكة الإنترنت.

- تستطيع الصحف الإلكترونية المصرية والعربية زيادة الخدمات التى توفرها لمتصفح الإنترنت وتنوعها بحيث تجذبه إلى إعادة زيارة الموقع والبقاء به والتجول بداخل قائمة الممرات التى يقترحها.

- دراسة عبد الملك ردمان الدنانى(١٩٩٩)

"الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت-

دراسة مسحة لمعرفة استخداماتها فى مجال الإعلام"

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الإنترنت وأهميتها فى تيسير نقل وتبادل المعلومات والمعارف والوصول إلى مؤشرات علمية تساهم فى تحديد واقع الوظيفة الإعلامية للإنترنت، والتوصل إلى نتائج هادفة لتسهيل عملية الاتصال بين

وسائل الإعلام والإنترنت، وإمكانية تحديد الضوابط للتعامل مع الإنترنت ونتائجها على وسائل الإعلام العربية، وكذلك التوصل إلى مقترحات وتوصيات عملية يمكن أن تساهم فى تحديد ضوابط للتعامل مع الإنترنت.

وقد استخدمت الدراسة منهج المسح، واعتمدت على استمارة استبيان خاصة بالمسح الميداني لغرض الكشف عن وظيفة الإنترنت الإعلامية وطبيعة استخدمها ومدى الاستفادة منها، وطبقت على عينة عمديه شملت المتعاملين مع الإنترنت فى وسائل الإعلام اليمنية الخاضعة لمتطلبات البحث بحكم ارتباطها مباشرة بالإنترنت.

ومن النتائج التى تم التوصل إليها:

- أن الإنترنت تعد وسيلة اتصال حديثة للإعلام والمعلومات فيها جوانب إيجابية وأخرى سلبية.
- تعد عملية النشر الإلكتروني لوسائل الإعلام أكثر أساليب استخدام الإنترنت فى مجال الإعلام.
- أكدت نتائج البحث الميدانى أن وسائل الإعلام اليمنية المشتركة بالإنترنت لم تستفد من معظم خدمات الإنترنت، ولم توظف الإمكانيات التى وفرتها هذه الوسيلة.

- دراسة حسنى نصر، وعصام عبد الهادي (١٩٩٩)

« الصحافة الإلكترونية فى دولة الإمارات (دراسة تحليلية مقارنة لمواقع صحف الاتحاد، الخليج، البيان على شبكة الإنترنت عام ١٩٩٨م»

هدفت الدراسة إلى وصف وتحليل وتقويم ظاهرة الصحافة العربية الإلكترونية فى

ضوء الإمكانيات التى تتيحها شبكة الإنترنت، وعلى مستوى أكثر تحديدا تقويم قطاع من هذه الظاهرة يمثل مواقع الصحف العربية اليومية الصادرة فى دولة الإمارات العربية المتحدة، وهى صحف الاتحاد، الخليج، البيان .

استخدم البحث منهج المسح الإعلامي بالإضافة إلى المنهج المقارن واستخدما أسلوب تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات الخاصة بالظاهرة موضع الدراسة، واستخدما المقابلة العلمية المقننة .

وقد توصل البحث إلى النتائج التالية :

- تتشابه مواقع الصحف الإماراتية الثلاثة فى كونها مواقع خبرية فى المقام الأول، بمعنى أن الخبر هو الفن الصحفي الغالب على هذه المواقع مع اختلافات قليلة فيما بينهم .
- تفاوت اهتمام مواقع الصحف الثلاثة بالمضامين الفنية والرياضية والحوادث والجرائم، وتقارب حجم اهتمام المواقع الثلاث بالمضامين الاقتصادية، مع اختفاء بعض أنواع المضامين من بعض مواقع الصحف الثلاثة كالمضمون العسكري ومضمون التسلية والخدمات.
- اتفقت المواقع الثلاثة فى اللجوء إلى الشكل التصميمي للعنوان الذى يتوسط الاتساع واختلافا الحرف المستخدم لتقديم متون المادة الصحفية فى مواقع الصحف الثلاث، وتشابهت المواقع الثلاث فى استخدام الشكل المستطيل للصور، وفى استخدام الجداول البسيطة، والأرضيات الشفافة للمادة مع بعض الاختلافات الضئيلة فيما بينهم.

- دراسة محمود خليل (١٩٩٩)

«الاتجاهات الحديثة فى استخدامات الحاسب الآلي فى التحرير الصحفى»

هدفت الدراسة إلى رصد تأثيرات تكنولوجيا الحاسبات كأجهزة وكبرامج على تحرير الصحف المطبوعة، إلى جانب رصد تأثيرات تكنولوجيا الحاسبات على تحرير الصحف الإلكترونية،طبقا لمفهوم الوسائط الفائقة،ومفهوم النص الفائق، وطبقا لاحتياجات القارئ.

وتوصلت الدراسة إلى عدة مؤشرات أهمها:

- من المتوقع أن تلعب الصحف الإلكترونية دورا اكبر فى المستقبل، إما كمنافس للصحف المطبوعة أو كبديل لها، ومن هنا تبرز أهمية وعى المحررين الصحفيين بالاعتبارات التى تحكم عملية التحرير داخل هذه النوعية من الصحف.
- إضافة أدوار جديدة إلى عمل المحرر الصحفى مثل: قيام المحرر بجمع المادة الصحفية التى يحررها من خلال شاشات الحاسب الآلي ولوحة المفاتيح الملحقة بها، وتنفيذ بعض الإجراءات التيبوغرافية عليها، ويتطلب ذلك ضرورة أن يكتسب الصحفى مهارات جديدة أهمها إتقان التعامل مع الحاسبات كمكونات صلبة، وكبرامج وخصوصا البرامج الخاصة بمعالجة الكلمات، يضاف إلى ذلك ضرورة أن يتوفر لدى المحرر وعى ومعرفة إخراجية بالإضافة إلى المهارات التحريرية.
- سحب أدوار تقليدية من المحرر مثل: ظهور بعض البرامج الجاهزة التى تتولى القيام بأدوار ووظائف محددة كان يقوم بها المحرر الصحفى من قبل ، مثل: التصحيح ومراجعة المادة الصحفية لغويا وهجائيا، إلى غير ذلك من الأدوار،

ويتطلب هذا الأمر إعادة النظر فى وظائف المحرر وتطوير قدراتهم.

- دراسة فوزى خلاف (٢٠٠٠)

«العناصر البنائية فى الصحف العربية الإلكترونية (دراسة مقارنة على صحف الأهرام والأنوار والشرق الأوسط)»

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتقويم بنية الصحف العربية الإلكترونية، والتعرف على الأساليب التقنية المستخدمة فى العناصر البنائية للصحف العربية الإلكترونية، وذلك لمعرفة مدى استخدام الصحف الإلكترونية لتكنولوجيا الإنترنت الحديثة من حيث استخدامها للوسائط الفائقة والخدمات التفاعلية التى تتيحها إمكانيات الإنترنت.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

- لم تستفد الصحف العربية الاستفادة المثلى من العناصر البنائية الإلكترونية وكانت أدوار هذه العناصر محددة فى بعض الأحيان، ومغيبة فى أغلب الأحيان .
- أغفلت الصحف العربية استخدام عنصرين مهمين من العناصر البنائية الإلكترونية هما الوسائط المتعددة والرسوم ثلاثية الأبعاد، فلم تستخدم الصحف العربية الإلكترونية هذين النوعين ولو مرة واحدة أثناء فترة الدراسة .
- لم تستفد الصحف العربية مطلقا من الوسائط المتعددة المتمثلة فى الصوت والصورة والحركة(الفيديو) مما نجم عنه اختلال كبير فى دور ووظيفة هذا العنصر البنائي .
- لم تستفد الصحف العربية الإلكترونية من العناصر البنائية الإلكترونية الثقيلة

(الرسوم المتحركة) فى تحقيق التوازن فى تصميمها، واستخدمت الرسوم الثابتة فقط.

- اتبعت معظم الصحف العربية الموجودة على الإنترنت أسلوب الإخراج الرأسي، غير أنها تتباين فى الاستفادة من مساحة الشاشة الأفقية.

- مها الطرابيشى (٢٠٠٠)

«الصحافة الإلكترونية الدينية على الإنترنت (دراسة تحليلية وصفية) لموقع صحيفة عقيدتى»

هدفت الدراسة إلى وصف وتحليل وتقويم مواقع الصحف العربية الدينية المنشورة على الإنترنت بالتطبيق على موقع صحيفة عقيدتى، فى ضوء الإمكانيات الهائلة التى تتيحه شبكة الإنترنت.

وقد أسفرت نتائج الدراسة عن :

- لم تستفد الصحف الإلكترونية الدينية من عروض الوسائط الفائقة وتطبيقاتها فى موقعها فلم تقدم خدمات إعلامية كبيرة لمستخدميها إذا أنها يمكن استغلال عروض الوسائط الفائقة فى تغطيتها للموضوعات مستعينة بالتعليقات الصوتية والفيديو والرسومات المتحركة للوصول إلى تغطية متكاملة للأحداث المرتبطة بالقضايا الدينية المثارة بالموقع.
- اعتمدت الصحيفة الدينية الإلكترونية فى تصميم موقعها على لغة البرمجة THML باعتبارها أسهل وأيسر اللغات، واستخدمن فى إدخال أعداها على الإنترنت أسلوب المواد المصورة حيث يتم إدخالها كصورة وليس كنص على شريط

طولي من الأخبار ويتم تحويلها إلى صورة من خلال برنامج الفوتوشوب .

- أتاحت الصحيفة الدينية الإلكترونية إمكانية البحث داخل الموقع، ويلاحظ أنه على الصحف الإلكترونية الدينية السعي لإقامة وصلات تتيح التجول داخل موقعها لجذب أعداد جديدة من المستخدمين لها.
- تمثلت أشكال كتلة المتن فى الصحيفة الإلكترونية فى انتظامها من الحافتين، كما التزمت بالدقة والتوازن فى تقديم عناوينها إذ تمثلت أشكال العناوين المصاحبة للموضوعات المنشورة فى العناوين التى تتوسط أتساع الصفحة

- دراسة نوال الصفتى (٢٠٠٠)

«مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الإنترنت- دراسة تحليلية وصفية»

هدفت الدراسة إلى التعرف على بنية الصحف الإلكترونية المنشورة على الإنترنت ، واستخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي، بالإضافة إلى استخدم المنهج المقارن لملاحظة ورصد أوجه الشبه والاختلاف فى استخدام الصحف الإلكترونية المنشورة على الإنترنت لتكنولوجيا النشر الحديثة وتطبيقاتها.

توصلت الدراسة إلى عدد من المؤشرات التى تتعلق بالصحف الدولية موضع الدراسة وبنيتها على الإنترنت، أهمها:

- توصل البحث إلى أن الصحافة الدولية هي تلك التي تخاطب اهتمامات القارئ الدولي وتهتم بالقضايا الدولية ولا تقتصر على القضايا المحلية ذات النزعة الدقيقة.
- استخدمت الصحف الدولية النص الفائق فى صفحاتها الأولى فى مواقعها

على الإنترنت وفى مصاحبة الصور المتوسطة الحجم، كما استخدمت لغة البرمجة HTML لتدعيم الحركة والصور فى مواقعها.

- وظفت الصحف الدولية الرسوم المتحركة فى مواقعها،كما أنها استفادت من تطبيقات الوسائط المتعددة كالصوت والفيديو فى إضفاء الجاذبية على مواقعها، واستخدمت لذلك حجم الشاشة الطبيعي.
- لو تستفد الصحف الدولية من تكنولوجيا الألوان التى يتحها الكمبيوتر فى مواقعها على الإنترنت.

- دراسة محمود خليل(٢٠٠٠)

«التحليل الدلالي للنص الصحفى للصحيفة الإلكترونية»

ويهدف البحث إلى مناقشة طبيعة الفكرة داخل النص الصحفى، والعوامل التى تحكم إنتاجها واختيارها، والتعبير عنها، واكتشاف المضمون الكامن داخل الأفكار التى تحملها النصوص الصحفية.

وتوصل الباحث إلى الإطار المنهجى للتحليل الدلالى للنصوص الصحفية حيث حدد مجموعة من العناصر الثابتة التى تتكون منها بنية أى نص لغوى والتى يمكن النظر إليها كعناصر أو كوحدات للتحليل الدلالى لهذا النص وتتكون هذه الوحدات من الكلمة المفردة، التركيب، أصغر من كلمة(مورفيم متصل)، أصغر من مورفيم (صوت مفرد)، والعنصران الأول والثاني جوهر عناصر البني الدلالية داخل النص الصحفى أما المورفيم والفونيم يتعلقا باللغة المنطوقة..

- دراسة سعيد الغريب (٢٠٠١)

«الصحيفة الإلكترونية والورقية دراسة مقارنة فى المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية»

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم وسمات الصحيفة الإلكترونية فى مقبل مفهوم وسمات الصحيفة الورقية،استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي والنهج المقارن بالإضافة إلى منهج الدراسات المستقبلية لرصد معالم وسمات الصحافة الإلكترونية فى مقابل الصحافة المطبوعة، إلى جانب المقارنة بين تلك السمات والمزايا التى تتوفر لكل نمط من الصحف الإلكترونية والورقية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- تتفوق الصحيفة الإلكترونية عبر الإنترنت بعدة سمات لا يمكن بحال أن تتوفر للصحيفة الورقية، تأتى هذه السمات نتيجة للبيئة الإنتاجية وطبيعة الصحيفة الإلكترونية، أهمها: تمتع الصحيفة الإلكترونية بمزايا تقنيتي النص الفائق والوسائط الفائقة، مما يجعل الصحيفة الإلكترونية هى الأكثر استفادة من ثورة المعلومات.
- رغم الإمكانيات الكبيرة والمزايا التى تتمتع بها الصحافة الإلكترونية، يظل للصحيفة الورقية العديد من المميزات الأصيلة التى لا يمكن للإلكترونية تحقيقها مهما أوتيت من مزايا وإمكانيات، مثل: أن الصحيفة الورقية تتسم بالعراقة فيما يتعلق بالتغطية التفسيرية والاستقصائية، كما أنها قابلة للنقل ، وقابلة للحفظ، فضلا عن أن قراءة النص المطبوع لا تزال عادة لها سحرها لدى القراء، نظرا

لأنها أكثر سهولة وراحة من قراءة النص الإلكتروني عبر الشاشة.

- رغم أن معظم الصحف المصرية قد أنشأت لها مواقع إلكترونية عبر شبكة الإنترنت، وتنشر عليها مضامينها المطبوعة سواء كانت كاملة أو فى هيئة ملخصات لها،فان الصحف المصرية الإلكترونية لم تحقق بعد الاستفادة المرجوة من وراء الدخول على شبكة الإنترنت.
- انه لا يمكن الحكم على مستقبل الصحيفة الورقية أو حتى الإلكترونية الآن، ولكن من المؤكد أن ثمة عدة تأثيرات سوف تطرأ على الصحافة الورقية أهمها: الاتجاه إلى المحلية، والاتجاه إلى التخصص.

- دراسة شريف اللبان(٢٠٠١)

« التطورات الحديثة في تكنولوجيا النشر الإلكتروني وتطبيقاها في مجال الصحافة»

حيث توصلت الدراسة إلى الوسائل الإلكترونية فى الإخراج الصحفى والبرامج اللازمة والضرورية للمخرج الصحفى، وتستفيد الباحثة من الدراسة فى التعرف على الوسائل الإلكترونية الضرورية للإخراج الصحفى للصحيفة الإلكترونية، والبرامج مثل برامج معالجة الكلمات وبرامج معالجة الصور وبرامج توضيب الصفحات والإضافات والاستخدامات النفعية وبرامج الاتصالات عند إخراجها للصحيفة الإلكترونية المقترحة لتلاميذ المرحلة الإعدادية.

- دراسة مها كامل لطرابيشي (٢٠٠١)

« انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعى–دراسة تجريبية »

تهدف الدراسة إلى قياس انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعى من خلال التعرف على: مصادر الحصول على المعلومات الصحية، والمضامين الصحية المفضلة، ومدى إدراك المعلومات الصحية، ونوعية القضايا الصحية التى يدركها، ومستوى المعرفة عامة أو متعمقة، لدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية والورقية معا، ولدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية فقط، ولدى الذين يتعرضون للصحف الورقية فقط .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى :

- أن المضامين الرياضية والفنية وأخبار الجريمة أحد أهم أولويات التفضيل لدى الشباب الجامعى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية والورقية معا، وأتضح ازدياد المعلومات الصحية لدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية والورقية معا، بالمقارنة مع الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية فقط، أو الصحف الورقية فقط .
- وجدت الدراسة وجود فروق إحصائية بين نوعية المضامين المفضلة وبين نوعية المجموعات الثلاثة، وزادت درجة الارتباط إلى أقصى حد بين الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية والورقية معا، بالمقارنة مع الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية فقط، أو الصحف الورقية فقط .
- تمثلت أكثر مستويات الإدراك المرتفعة للقضايا الصحية لدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية والورقية معا، ثم لدى الذين يتعرضون للصحف الورقية فقط، وأخيرا لدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية فقط .
- أثبت التحليل زيادة الفجوة الإدراكية لدى الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية

فقط، أو للصحف الورقية فقط، بالمقارنة مع الذين يتعرضون للصحف الإلكترونية فقط، أو الصحف الورقية فقط .

- دراسة نوال عبد العزيز الصفتى (٢٠٠١)

« أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسة العربية-دراسة ميدانية»

هدفت الدراسة إلى معرفة درجة التعرض للصحف الإلكترونية وموقعها وسط وسائل الإعلام الأخرى بين الشباب الجامعى إلى جانب التعرف على نوعية الصحف الإلكترونية ونوعية المضامين ونوعية المعلومات الأساسية التى يتابعها الشباب الجامعى بالإضافة إلى التعرف على مستوى المعرفة السياسية ودرجة إدراك المعلومات السياسية الناتجة عن التعرض للصحف الإلكترونية ووسائل الإعلام الأخرى لدى الشباب الجامعى .

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :

- أثبت البحث أن ٣٤٪ من الشباب الجامعى يتعرضون للصحف الإلكترونية بانتظام، و٢٢٪ لا يتعرضون بانتظام، واتضح أن الإناث أكثر تعرضاً للصحف الإلكترونية من الذكور، وتمثلت الصحف الإلكترونية لديهم فى الصحف الأجنبية ثم المصرية، وأخيرا العربية.
- تمثلت المضامين المفضلة فى الصحف الإلكترونية لدى الشباب على التوالي فى المضامين السياسية، والفنية، وأخبار الجريمة، وأخبار المرآة، والمضامين الصحية، والعلمية، والاجتماعية، والجغرافية، والأثرية، والاقتصادية .
- ارتبطت دوافع التعرض للصحف الإلكترونية بالدوافع النفعية، واتضح أن دافعي

مراقبة البيئة والدافع المعرفي أهم دوافع التعرض لدى الشباب .

- بلغت درجة الاعتماد على الصحف الإلكترونية فى الحصول على معلومات القضايا السياسية ١٣,٨٪ وكشف التحليل ازدياد الاعتماد على الصحف الإلكترونية الأجنبية التى يتزايد توظيفها للخدمات التفاعلية التى تتيحها الإنترنت، مقارنة بالصحف الإلكترونية المصرية .

- دراسة نجوى عبد السلام (٢٠٠١)

«التفاعلية فى الموقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت - دراسة تحليلية»

هدفت الدراسة إلى وضع توصيف للمواقع الإخبارية العربية استغلالها لإمكانيات التفاعلية التى تتحها الإنترنت كوسيلة لنشر المادة الخبرية،استخدمت الدراسة منهج المسح على عينة عشوائية من المواقع الإخبارية العربية سواء التابعة لصحف مطبوعة، أو لمحطات إذاعية أو لشركات تعمل فى مجال الإنترنت بلغ عددها ٤٥ موقعا إخباريا.

وتشير نتائج الدراسة إلى :

- عدم الاستغلال الكامل للإمكانيات التى تتيحها الثورة الرقمية، فغالبية الصحف لا تهتم بإقامة وسيلة اتصال ثنائية الاتجاه بينها وبين المتلقى بل تكتفى بنشر أراء ووجهات نظر محرريها دون الاهتمام بآراء جمهور القراء فى المادة الخبرية المنشورة.
- مستوى التفاعلية بين القارئ ونص الخبر فى أدنى مستوياته أو غائبا تماما فى العديد من المواقع الإخبارية العربية بسبب لجوئها إلى إعادة نشر المادة المنشورة فى الصحيفة المطبوعة كنسخة PDF تظهر على شاشة الكمبيوتر، وتقترح

الدراسة مجموعة من التوصيات وهى:

- عدم التعامل مع الصحيفة الإلكترونية كوسيلة لإعادة نشر نفس مضمون النسخة المطبوعة من الجريدة لأن فى ذلك اختزالا مخلا لإمكانيات كثيرة تتيحها وسيلة النشر الجديدة مما سيجعل المواقع التى تحسن استغلال إمكانيات الوسيلة تتفوق تلك التى تتعامل معها بنفس منطق تعاملها مع الورق .
- ضرورة العمل على خلق مجتمع متجانس بين المترددين على الصحيفة الإلكترونية يستطيع مناقشة قضاياه المهمة وطرح آرائه بحرية كاملة الأمر الذى سيدعم فى النهاية الاتجاه الديمقراطي فى المجتمع .
- ضرورة الاهتمام بتخصيص كوادر صحفية مدربة على التفاعل مع الجمهور وتهتم بالرد عليه فى أقرب وقت ممكن بدلا من اللجوء إلى النماذج الجاهزة التى يتم إرسالها إلى الجمهور وأن تقوم أيضا بتنظيم المناقشات التى يمكن أن تدور بين أفراده .

العمل على إعادة صياغة المادة الخبرية بما يتيح استغلال إمكانيات الهيبرتكست الذى يسمح بتفاعل القارئ مع النص .

- دراسة سامى عبد الرؤف طايع (٢٠٠٠)

استخدام الإنترنت فى العالم العربى: دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربى»

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام الشباب العربى للإنترنت، أجريت الدراسة على عينة عمريه من خمسة دول عربية (مصر – السعودية – الإمارات العربية المتحدة – الكويت – البحرين) .

وتوصلت الدراسة إلى أن ٧٢,٦٪ من عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت، وكانت الجرائد هي المصدر الأول للمعلومات عن الإنترنت، وتلاها المجلات ثم الأصدقاء ثم الجامعة والأسرة وأخيرا التليفزيون والراديو.وكان استخدام الإنترنت شائعا فى مقاهى الإنترنت، وفى المنزل وحظيت الفترة المسائية على أعلى استخدام ثم فى فترات النهار فى أيام الإجازات عطلات نهاية الأسبوع.

ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة:

- عدم وجود اختلافات جوهرية بين المبحوثين من البلدان المختلفة فيما يتعلق بالفوائد التى يمكن الحصول عليها من الإنترنت.
- كانت المعلومات هي أهم فائدة يحصل عليها أفراد العينة من الإنترنت ثم الأخبار، ثم التسلية والترفيه، ثم قضاء وقت الفراغ، وأخيرا البريد الإلكتروني.
- البنات من عينة الدراسة كانت أكثر جدية من الذكور فيما يتعلق باستخدامهم للإنترنت.

وفيما يلى عرض لنشأة الصحافة الإلكترونية ـ في بعض البلدان العربية مع ذكر نماذج لبعض هذه الصحف :

الصحافة الإلكترونية ـ في مصر:

تشير البيانات المتاحة إلى أن هناك العديد من الصحف المصرية التى صارعت لإصدار نسخ إلكترونية لها على شبكة الإنترنت :

- أول مؤسسة صحفية مصرية أنشئت موقعا لها على شبكة الإنترنت هى مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر التى أنشئت موقعها ـ في ١٦ فبراير ١٩٩٧ ، ويضم نسخا

إلكترونية من صحف الجمهورية والمساء والجازيت ومصر اليوم .

- تلتها جريدة الشعب والتى أصدرت أول نسخها الإلكترونية في أول أكتوبر من عام ١٩٩٧ .

- وتلتها جريدة الأهرام بإنشاء موقع لها على الشبكة لجريدة الأهرام ويكلى الصادرة باللغة الانجليزية في منتصف شهر يونيو ١٩٩٨ ومجلة السياسة الدولية مترجمة إلى اللغة الانجليزية، أما النسخة الإلكترونية لجريدة الأهرام الصباحية التى بدأت في إصدار أول نسخها في ٥ أغسطس ١٩٩٨ .

- وتأخرت جريدة الأخبار في إنشاء موقع لها على شبكة الإنترنت وكان إصدار أول نسخة لها في ٣٠ يونيو ٢٠٠٠ م.

ومرت هذه الإصدارات الإلكترونية ببث تجريبي في الأشهر الأولى، فظلت جريدة الجمهورية في بث تجريبي لمدة ستة أشهر وكذلك جريدة الأهرام، أما جريدة الأخبار في البث التجريبي ثلاثة أشهر فقط، وكانت لها جميعا الاستقرار والثبات في الشكل والتحميل، وكانت التقنية المستخدمة في البداية هى تقنية الصورة وسرعان ما عملت المؤسسات الصحفية الثلاثة التى تصدر هذه الصحف الإلكترونية على تحديث الأنظمة، وتم استخدام تقنيات أخرى أكثر تطورا كالنص الفائق، واستخدام الوسائط المتعددة في بعض الموضوعات.

- أما أول صحيفة إلكترونية مصرية يتم إعداد مادتها خصيصا للنشر الإلكتروني فكانت صحيفة المراسل وقد بدأت في الصدور أسبوعيا منذ ١٢ أغسطس ١٩٩٧.

- وسرعان ما قامت العديد من الصحف المصرية في إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت بحيث أصبح للعديد من الصحف الورقية المصرية مواقع على شبكة الإنترنت بالإضافة إلى عدد من الصحف التى أعدت خصيصا لتكون صحف إلكترونية ليس لها أصل ورقى لتدخل بذلك الصحافة المصرية إلى عصر الصحافة الإلكترونية .

وفيما يلي عرض نماذج لبعض مواقع الصحف الإلكترونية المصرية على شبكة الإنترنت.

جدول (٩)

بعض الصحف الإلكترونية المصرية على شبكة الإنترنت

الصحيفة	التوصيف
أخبار اليوم	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لمؤسسة أخبار اليوم ويحتوى على الإصدارات المختلفة التى تصدرها المؤسسة ومنها: جريدة أخبار اليوم، وجريدة الأخبار ومجلة أخبار السيارات، وأخبار الحوادث، وأخبار الأدب، وأخبار النجوم، بلبل وموقعها: (http://www.akhbarelyom.org.eg).
الجمهورية	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لدار التحرير للطباعة والنشر الموقع يضم النسخ الإلكترونية من إصدارات المؤسسة المختلفة ومنها: جريدة الجمهورية، والمساء، وحريتي، وعقيدتي،والكورة، وشاشتى، والعلم. وموقعها: (http://www.algomhuria.net.eg).
الأهرام	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لمؤسسة الأهرام يضم نسخ إلكترونية من إصدارات المؤسسة ومنها:جريدة الأهرام، الأهرام العربى، والشباب، والأهرام المسائي، والأهرام الاقتصادي، وعلاء الدين، ولغة العصر، والأهرام أبدو، والأهرام ويكلى. وموقعها: (http://www.ahram.org.eg).
الأسبوع	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لجريدة الأسبوع وهى جريدة مصرية تصدر من القاهرة الموقع يعرض لموضوعات الجريدة المختلفة. وموقعها: (http://www.elaosboa.com).

الاهالى	موقع إعلامي باللغة العربية يضم جريدة الاهالى وهى جريدة حزب التجمع التقدمى الوحدوى الاشتراكى فى مصر.والجريدة تضم مجموعة متنوعة من الأبواب الإخبارية، والتقارير، والأبواب الرياضية وغيرها. وموقعها : (http://www.al-ahaly.com) .
القاهرة	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لجريدة القاهرة التى تصدر عن وزارة الثقافة. وموقعها: (http://www.alkaheranews.gov.eg) .
الوفد	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لجريدة الوفد التابعة لحزب الوفد المصرى. وموقعها: (http://www.alwafd.org).
شباب مصر	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لجريدة شباب مصر وهى جريدة إلكترونية يومية . وموقعها: (http://www.shbabmisr.com).
الميثاق العربى	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لجريدة الميثاق العربى وهى صحيفة إلكترونية أسبوعية . وموقعها: (www.almethaqalaraby.net).
جود نيوز فور مى	موقع إعلامي خدمى باللغة العربية يعمل من خلال محاور خمسة رئيسية : - جود نيوز فور فاييننشال . - جود نيوز فور للخدمة اللحظية للأخبار والمال . - جود نيوز فور ميديا . -جود نيوز فور تكنولوجي . - جود نيوز للراديو والتليفزيون . وموقعها : (http://www.gn4me.com).

محيط	موقع إعلامي باللغة العربية تابع للمجموعة المتحدة للبرمجيات يضم مجموعة من الأقسام المتنوعة منها: حوارات محيط-اقتصاد وأعمال-محيط الرياضى-محيط المرأة-عالم السيارات-وظائف خالية-عربى وعالمى-محيط الثقافى-محيط الفنى-كمبيوتر واتصالات-علوم وتكنولوجيا-عالم الكتاب-سياحة وسفر-تعليم وجامعات-الناس والمجتمع.والدينية والأدبية والفنية والاجتماعية والتاريخية . وموقعها: (http://www.moheet.com) .
هريدى	موقع ترفيهي تعليمي يضم ساحة للحوار وأخرى للدردشة كما يحتوى الموقع على مجموعة من دروس الشيخ عمر خالد والشيخ وجدي غنيم كما أن الموقع يقدم بريدا مجانيا سعته ١٥ميجا .وموقعها :(http://www.haridy.com) .
الشعب	موقع إعلامي باللغة العربية تابع لحزب العمل، وهو يضم النص الإلكتروني لجريدة الشعب والتى تم منعها من الصدور ورقياً . وموقعها: (http://www.alshaab.com) .

-صحيفة الأهرام

موقع إعلامي باللغة العربية تابع لمؤسسة الأهرام، وهو من أقوى مواقع الصحف العربية على شبكة الإنترنت من حيث مضمونه وروابطه المتعددة وإخراجه والخدمات الاتصالية التي يوفرها يضم نسخ إلكترونية من إصدارات المؤسسة ومنها:

- صحيفة الأهرام اليومية .
- مجلة الأهرام العربي الأسبوعية.
- صحيفة الأهرام ويكلى الأسبوعية الناطقة باللغة الانجليزية .

- صحيفة الأهرام أبدو الأسبوعية الناطقة باللغة الانجليزية .
- مجلة علاء الدين الأسبوعية .
- مجلة الأهرام الاقتصادي الأسبوعية.
- مجلة السياسية الدولية الربع سنوية .
- مجلة الدراسات السياسية والإستراتيجية .

والتى يتبع لها مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية الذي يصدر عددا من التقارير السنوية أشهرها وأهمها التقرير الاستراتيجي العربي، وتقرير الحالة الدينية السنوية، وتقرير الاتجاهات الاقتصادية الإستراتيجية، بالإضافة إلى عدد من الدوريات الشهرية مثل كراسات إستراتيجية، ومختارات إسرائلية، ومختارات إيرانية، وقضايا برلمانية .

واستخدمت صحيفة الأهرام في البداية لغة النص الفائق في صفحة البداية والصفحات الداخلية لكى تمكن القارئ من التجول بداخلها بطريقة سهلة، إلا أنها لم تستخدم النص الفائق الخارجى بالربط بالمواقع الأخرى، ولم تستفد الاستفادة المثلى من العناصر البنائية الإلكترونية، فنحصر استخدامها للنص الفائق داخليا وفى الوسط وأهملت النص الفائق الخارجي والذى يتمثل في تقديم معلومات إضافية في الموضوع الذى تعرض له عن طريق إحالة القارئ إلى موقع آخر خلاف الصحيفة يتضمن معلومات أشمل وأوسع ولم تستفد من العناصر البنائية الإلكترونية الثقيلة كالرسومات المتحركة في تحقيق التوازن في تصميمها، واستخدمت الرسومات المتحركة الثابتة فقط. واتبعت أسلوب الإخراج الرئيسي فوضعت جزء كبير من مساحتها في المنطقة غير المرئية للقارئ مما كان يشكل نوعا من الملل في الاطلاع على الصحيفة .

ولكن سرعان ما تداركت ذلك ولحقت بركب التطور التكنولوجي واستغلت العناصر

البنائية التكنولوجية بشكل أفضل بحيث أصبحت من أكثر المواقع الإلكترونية العربية الواعدة

وتنوعت في استخدام العناصر البنائية الإلكترونية الثقيلة من صور ورسوم متحركة ووسائط فائقة وتنوعت في تقديم موضوعاتها محليا وعربيا وعالميا .



الصفحة الرئيسية لصحيفة الأهرام اليومية

وقامت مؤخراً بتغير شكل الواجهة التفاعلية للمستخدم User Interface (صفحة الاستقبال) وأضافت عددا من الخدمات الجديدة منها: خدمة الإقرار الضريبي، وفواتير التليفون، والرقم القومى، وحجز تذاكر الطيران .

وأضافت عددا جديداً من الموضوعات والأبواب بالإضافة إلى أنها أتاحت التفاعلية للقراء بالتعليق على الموضوعات والأخبار وكذلك استغلت مساحة الصفحة في التوزيع الأمثل للصور والموضوعات والقوائم واختارت ألوان بسيطة وجذابة .

-صحيفة الجمهورية

تعتبر صحيفة الجمهورية من أول الصحف المصرية التي أنشئت لها موقعا على شبكة الإنترنت وذلك ١٦ فبراير ١٩٩٧ وهى تابعة لمؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر، والتى تضم نسخا إلكترونية من صحف الجمهورية والمساء والجازيت التي تصدر باللغة الانجليزية وصحيفة مصر اليوم .

وهي واحدة من كبار الجرائد القومية عبر الإنترنت . تعرض لأهم و آخر الأخبار المحلية على الصعيد السياسي، والاقتصادي و الرياضي، وأهم الأخبار العربية الإقليمية و الأخرى العالمية بالإضافة إلى عدد من المقالات المتنوعة في الفنون، و سوق المال والأعمال والسياسة والاجتماعيات و منوعات صحفية أخرى.



بدر يحدد برنامجه لإدارة العملية التعليمية

شكل جديد لامتحانات الثانوية العامة القادمة

توحيد نظام التعليم الفنى واستمرار التقويم الشامل

كتب - سيد جاد ومحمود حافظ:

أعلن د. أحمد زكي بدر وزير التربية والتعليم ان امتحانات الثانوية العامة هذا العام سوف تتخذ شكلا جديدا مطابقا تماما للمواصفات التي يضعها المركز القومي للامتحانات والتقويم التربوي للتفرقة بين الطالب العادي والمتميز.

قال الوزير في اللقاء الثقافي بدار الأوبرا وحضره مجموعة من المثقفين والاعلاميين والشباب انه ليس معني ذلك ان

الصفحة الرئيسية لصحيفة الجمهورية اليومية

وقد بدأت الصحيفة في إصدار نسخها بشكل تجريبي لمدة ستة أشهر ، ثم أصبحت تتمتع بالاستقرار والثبات في الشكل والتحميل وكانت التقنية المستخدمة في البداية هي تقنية الصورة وسرعان ما عملت الصحيفة على تحديث أنظمتها ،وتم استخدام تقنيات أخرى أكثر تطورا كالنص الفائق ، واستخدام الوسائط الفائقة في بعض الموضوعات .

الصحافة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية :

واجهت ناشرو الصحف العربية عامة والسعودية على وجه الخصوص بعض المتاعب والمشكلات، ورغم كل الظروف لم يتوقفوا عن محاولات اللحاق بركب التقنية ضمن محاولاتهم للتغلب على مشكلات النشر العربي المزمنة، وكان توظيف التقنيات الحديثة في العمل الإعلامي واضحا في مسيرة الصحافة العربية والسعودية وهو ما جعل تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام ٢٠٠٢م يشير بايجابية إلى تجربة الصحافة العربية (دون غيرها من القطاعات التجارية العربية) في أخذ مركز الريادة في مجال النشر الإلكتروني وإنشاء مواقع للصحف على شبكة الإنترنت .

فتشير البيانات المتاحة إلى أن هناك العديد من الصحف السعودية التى صارعت لإصدار نسخ إلكترونية لها على شبكة الإنترنت :

- توافرت الصحيفة اليومية العربية الكترونيا لأول مرة عبر شبكة الإنترنت بواسطة صحيفة الشرق الأوسط السعودية وذلك في التاسع من سبتمبر ١٩٩٥ وكانت على شكل صور، وكانت لا تتيح الاطلاع على نسختها المنشورة على شبكة الإنترنت سوى باشتراك سنوي تبلغ قيمته ٤٨ جنيها إسترلينيا .
- تلتها جريدة الحياة السعودية وذلك في الأول من يونيو ١٩٩٦ ، حيث أتاحت أول نسخة إلكترونية عبر الشبكة ابتدأ من هذا التاريخ .

- تلتها صحيفة «الجزيرة» والتى كانت من أوائل المبادرين حين أطلقت نسختها الإلكترونية في شهر ابريل من عام ١٩٩٧م قبل تدشين شبكة الانترنت رسميا في المملكة دشّنت نهاية ١٩٩٨ .

- ثم تلتها «المدينة» في تجربة لم يكتب لها النجاح في العام نفسه، وسرعان ما تداركت الموقف ولحقت بركب الصحف السعودية على الشبكة في عام ٢٠٠٢م.

- ثم لحقت فيما بعد بقية الصحف مثل «الرياض» التي كانت أول نسخها على الشبكة في مارس ١٩٩٩م.

- وتلتها جريدة «الوطن» التي دشنت أول نسخها في (نوفمبر ٢٠٠٠) م.

- ثم جريدة «اليوم» وذلك في عام ٢٠٠٢م

- ثم جريدة «عكاظ» وذلك في (يناير ٢٠٠١) ، تلتها بعد ذلك كل من جرائد «الحمود والعسكر» وذلك في عام ٢٠٠٢م .

- أما أول صحيفة إلكترونية سعودية يتم إعداد مادتها للنشر إلكترونيا فكانت جريدة اتجاهات الإلكترونية وهى جريدة يومية تصدر عن دار المواسم للصحافة والنشر السعودية ، وكان أول ظهور لها في ٢٣ يناير من عام ٢٠٠١.

- تلتها جريدة باب الإلكترونية والتى دشنت أول نسخها على الشبكة في السابع من أكتوبر من عام ٢٠٠١ م .

وقد شاركت الصحف المحليّة السعودية في هذا السباق التقني بشكل واضح ، وهذه الوجهة الجديدة تمثل مرحلة مهمة في تاريخ الصحافة السعودية ،حيث واجهت النسخ الإلكترونية من الصحف السعودية (وتواجه) تحديات جديدة في ظل مناخ تنافسي قوي مع هذا العدد المهول من الخدمات الإعلامية المجانية على شبكة الإنترنت .

ولكن أبرز التحديات الجديدة التي واجهتها الصحف السعودية والعربية من الناحية الفنية خاصة ، برزت منذ أوائل التسعينات مع ظهور شبكة الانترنت تحديدا وتمثلت في ضعف حلول النص العربي وندرة البرمجيات العربيّة في مجال تصفح الانترنت، إضافة إلى ضعف قاعدة مستخدمي الانترنت العرب، مع هذا فقد حاولت هذه الصحف مواكبة الاتجاه العالمي نحو التواجد على شبكة الانترنت منذ عام ١٩٩٥م.

وبعدها تزايد عدد الصحف السعودية والعربية على الانترنت حتى بلغ العدد مع مطلع عام ٢٠٠٠م حوالي ٦٥ صحيفة ، ثم لحقت بقيّة الصحف الإخباريّة العربيّة المنتظمة الصدور بعربة الانترنت ليصل العدد مع نهاية عام ٢٠٠٢ م رقما يقترب من ١٢٥ صحيفة (يوميّة وأسبوعيّة) ، وساهم في دعم هذا التوجه عوامل عدة منها التكلفة الزهيدة نسبيا لإنشاء وصيانة موقع الكتروني، وتطور برمجيات النشر العربي وانتشار شبكة الانترنت.

وفيما يلي عرض لنماذج لبعض مواقع الصحف الإلكترونية السعودية على شبكة الإنترنت

جدول (١٠)

بعض الصحف الإلكترونية السعودية على شبكة الإنترنت

الصحيفة	تاريخ إطلاق موقعها الإلكتروني	عنوان الموقع
الشرق الأوسط	سبتمبر ١٩٩٥	http://www.aawsat.com/
الحياة	يونيو ١٩٩٦	http://www.daralhayat.com/
الجزيرة	ابريل ١٩٩٧	http://www.al-jazirah.com/
الرياض	مارس ١٩٩٩	http://www.alriyadh.com.sa/
الوطن	نوفمبر ٢٠٠٠	http://www.alwatan.com.sa/
اتجاهات	يناير ٢٠٠١	http://www.itijahat.com/
عكاظ	يونيو ٢٠٠١	http://www.okaz.com.sa/okaz/
باب	أكتوبر ٢٠٠١	http://www.bab.com/index3.cfm
اليوم	ابريل ٢٠٠٢	http://www.alyaum.com/
المدينة	يناير ٢٠٠٣	http://www.almadinaonline.com

وفيما يلي عرض قائمة بأسماء الصحف السعودية التي لها مواقع على شبكة الانترنت موزعة حسب أسم الجريدة و موقعها على الشبكة ، وتضم عددا من الصحف اليومية سواء الإلكترونية التي ليس لها نسخة ورقية وتعد خصيصا للنشر على شبكة الانترنت، أو صحف يومية كبرى لها نسخة ورقية ، بالإضافة إلى بعض الصحف التي تصدر على الانترنت من دول غير عربية وتعبر عن الجاليات العربية في هذه الدول مثل جريدة الشرق الأوسط، وكذلك جريدة اتجاهات التي تصدر في المهجر في بريطانيا.

مواقع الصحف الإلكترونية السعودية على شبكة الانترنت

جدول رقم (١١)

الرقم	الصحيفة	الموقع
١	جريدة الجزيرة	http://www.al-jazirah.com
٢	جريدة الوطن	http://www.alwatan.com
٣	جريدة المدينة	http://www.al-madina.com
٤	جريدة الرياض	http://www.alriyadh.com
٥	جريدة عكاظ	http://www.okaz.com.sa
٦	جريدة اليوم	http://www.alyaum.com
٧	الشرق الأوسط	http://www.aawsat.com
٨	جريدة الرياضية	http://www.arriyadiyah.com
٩	جريدة الرياضي	http://www.arreyadi.com
١٠	جريدة الاقتصادية	http://www.aleqt.com
١١	مجلة عالم الاقتصاد	http://www.ecoworld-mag.com
١٢	المجلة العربية	http://www.arabicmagazine.com
١٣	مجلة أفق الثقافية	http://www.ofouq.com
١٤	مجلة المعرفة	http://www.almarefh.net
١٥	صحيفة الندوة السعودية	http://www.alnadwah.com.sa
١٦	جريدة البلاد السعودية	http://www.albiladdaily.com
١٧	صحيفة سبق الإلكترونية	http://www.sabq.org/sabq/user/portal

١٨	صحيفة الوكاد الإخبارية	http://www.alwakad.net/inff
١٩	صحيفة كل الوطن	http://hedayah.net
٢٠	مجلة كلية الملك خالد العسكرية	http://www.kkmaq.gov.sa
٢١	صحيفة عفيف الإلكترونية	http://www.afifnews.com
٢٢	صحيفة الوئام الإلكترونية	http://www.alweeam.com/news
٢٣	صحيفة تربوي تك الإلكترونية	http://www.tr-te.com/ter
٢٤	صحيفة الإخبارية الإلكترونية	http://www.k1b1.com
٢٥	صحيفة نجد الإلكترونية	http://www.najd-ksa.com
٢٦	صحيفة إبحار الإلكترونية	http://www.ebhare.com
٢٧	الصحيفة الإلكترونية الأولى	http://www.alolaa.net
٢٨	صحيفة خبر الإلكترونية	http://www.kabar.ws
٢٩	صحيفة أنباؤكم الإليكترونية	http://www.anbacom.com
٣٠	صحيفة شبرقة الإلكترونية	http://www.shibreqah.net
٣١	صحيفة طيبه اليوم الإلكترونية	http://www.taibanews.com
٣٢	صحيفة المعلمين الإلكترونية	http://www.m3llm.net
٣٣	صحيفة تبوك الإلكترونية	http://tabuk-news.com
٣٤	صحيفة الجوف الإلكترونية	http://www.juof7.com
٣٥	صحيفة السعودية الإلكترونية	http://www.alsaudeh.com
٣٦	صحيفة الداير الإلكترونية	http://www.aldayer.net
٣٧	صحيفة أملج الإلكترونية	http://www.umljgate.com
٣٨	صحيفة أثير الإلكترونية	http://www.atheer3.com

٣٩	صحيفة حفر الباطن الإلكترونية	http://hfrnews.com
٤٠	صحيفة المصدر الإلكترونية	http://www.masdr.net
٤١	صحيفة الحياة	http://international.daralhayat.com
٤٢	حصري للأخبار الرياضية	http://www.hassri.com
٤٣	مجلة فيفاء الإلكترونية	http://www.gfaifa.com
٤٤	صحيفة عناوين الإلكترونية	http://www.anaween.com
٤٥	صحيفة الحياد الإلكترونية	http://alhiad.net
٤٦	صحيفة الخريجين الإلكترونية	http://www.khreej.net
٤٧	إخبارية حائل	http://www.hailnews.net/hail
٤٨	صحيفة مباشر العربية	http://www.mubasheer.com
٤٩	صحيفة وطني الإلكترونية	http://www.wtany.net
٥٠	مجلة اليمامة اون لاين	http://www.alyamamah.net
٥١	صحيفة مجالس الدوادمي	http://www.dwadme.com
٥٢	صحيفة صدق الإخبارية	http://www.sdq1.com
٥٣	صحيفة الأصيل الإلكترونية	http://www.alassil.com
٥٤	صحيفة مكة الإلكترونية	http://www.makkahnews.net
٥٥	المجلة الإلكترونية لرياضة المحركات	http://www.saudigear.com
٥٦	صحيفة عروب الإلكترونية	http://www.araob.com
٥٧	صحيفة الخرج اليوم الإلكترونية	http://www.kharjhome.com
٥٨	صحيفة طريف الإلكترونية	http://www.turiaf.org
٥٩	صحيفة محافظة الافلاج	http://www.alaflaaj.com

٦٠	صحيفة القبلة الإلكترونية	http://www.al-qeblah.com/inf
٦١	مجلة جامعة الجوف	http://www.cjouf.com
٦٢	صحيفة عناية الإلكترونية	http://enayh.com
٦٣	صحيفة شرق الإلكترونية	http://www.sharq.cc
٦٤	صحيفة أوقات الإلكترونية	http://www.awqa6.net
٦٥	صحيفة يقين الإلكترونية	http://www.yageen.com
٦٦	صحيفة وطني الإلكترونية	http://homomona.com
٦٧	صحيفة بورصة الإلكترونية	http://www.borsah.org
٦٨	صحيفة منطقة جازان الإخبارية	http://www.jazannews.org
٦٩	صحيفة مسارات الإلكترونية	http://www.masaraat.net
٧٠	صحيفة تعاليل حائل الإلكترونية	http://www.hailm.com
٧١	صحيفة الجوف التربوية	http://www.aljoaf.net
٧٢	صحيفة الشارع السعودي الإخبارية	http://www.saudistret.com

-صحيفة الشرق الأوسط :

بدأت النسخة الإلكترونية لجريدة «الشرق الأوسط» على الإنترنت في الصدور في التاسع من سبتمبر ١٩٩٥ وكانت على شكل صور ،وكانت في البداية لا تتاح بالمجان فكانت مقابل اشتراك سنوي قيمته ٤٨ جنيها استر لينيا .

نشرت جريدة الشرق الأوسط في البداية بضع صفحات ملحقة بموقع «عرب نت»، وكانت تعرض في هذه الصفحات مقتطفات إخبارية من الجريدة معتمدة أسلوب الصفحة المصورة (bitmap-based) على نقيض الصفحات التي تعتمد النصوص الحقيقية

(Text-based) . ولم تكن هذه الصفحات تعكس ولو جزءا يسيرا من مكانة الجريدة أو الجهد المبذول في إصدارها. وكان تصميمها يحتوي على مجموعة من الأزرار تؤدي إلى الصفحات اليومية والأسبوعية، حيث روعي في هذه الأزرار أن تكون في نفس موقعها في كل الصفحات، لتيسير التوصل إلى أي مكان في الموقع من أي مكان فيه. كما روعي في التصميم أن يكون مريحا وأن يعطي الموقع تميزا في اللون، يتعرف الزائر عليه بمجرد النظر إليه حتى قبل أن يكتمل نزول الصفحة على الشاشة .

وجاءت الخطوة التالية في بناء الموقع وجعله بالمجان، و عمل برنامج لنقل مواد الجريدة آليا من حاوياتها في الشبكة المحلية داخل مبنى الشركة السعودية للأبحاث والتسويق، إلى صفحاتها في الشبكة الدولية. وكان هذا جزءاً صعباً في عملية البناء يتطلب الكثير من التجارب البرمجية.

وفي الثامن من أغسطس ٢٠٠٠ تم نقل مواد الجريدة كاملة إلى صفحاتها على الإنترنت. من العاصمة البريطانية لندن، و في شهر إبريل من عام ٢٠٠١، تجاوز عدد زوار الموقع المليون. وفي الفترة نفسها أقامت قناة أبوظبي الفضائية استفتاء عبر برنامجها "كليك" مسابقة بين أفضل المواقع للصحافة العربية، فازت فيه جريدة الشرق الأوسط بالمرتبة الأولى. ثم تتابع تطور الموقع حجما وشكلا وتصميما ومحتوى، خلال الأشهر والسنوات اللاحقة، وأضيف إليه العديد من الإمكانات البرمجية، كالبحث والأرشيف والبريد الإلكتروني المجاني. كما أضيف نظام استطلاع الرأي الآلي الذي استخدم بشكل مكثف في حرب الخليج الأخيرة.

وأكدت دراسة أن موقع «الشرق الأوسط» يزوره حاليا نحو ثلاثة ملايين كل يوم من زوار الانترنت في شتى أرجاء المعمورة، وفقا لشركة trends Web المختصة في إحصاءات الانترنت .



الصفحة الرئيسية لجريدة الشرق الأوسط

وفي الفترة الأخيرة تم استحداث نظام الرسالة الإخبارية اليومية التي ترسل مجانا إلى عدة آلاف من المشتركين، فتصلهم إلى «عتبة» بريدهم الإلكتروني كل يوم. وهذا العدد بإزدياد مطرد، ويشكل نقلة نوعية في خدمة جريدة الشرق الأوسط لقرائها.

فإن جريدة الشرق الأوسط ترى أن موقع النسخة الإلكترونية على الإنترنت هام وحيوي لها، ويسير بخط متواز في الأهمية الآن مع النسخة الورقية. فهناك مزايا في النسخة الإلكترونية كتدني التكلفة، والمساحة غير المحدودة، والمرونة في الاستخدام، وتنوع أشكال المعلومات، من صور ملونة وصور متحركة ولقطات فيديو وصوت وموسيقى، وسهولة التفرع إلى معلومات مساندة، فضلا عن الإمكانات البرمجية المختلفة، التي تتفاعل كلها لجعل موقع الإنترنت جذابا للقارئ المتصفح .

- جريدة باب الإلكترونية :

تُعد جريدة باب الإلكترونية من أكبر وأضخم المواقع العربية الشاملة على شبكة الانترنت، وتعد أكثر الصحف الإلكترونية ثراء وضخامة من حيث محتوياتها ومحاورها المتعددة التي تبحث في مختلف المجالات، فضلا عن الخدمات التي تنفرد بها عن سواها من الصحف الإلكترونية العربية أو المواقع الإخبارية الأخرى .



الصفحة الرئيسية لجريدة باب

حيث يؤكد استبيان أجره موقع محيط على شبكة الانترنت في التاسع من سبتمبر ٢٠٠٢ على أن جريدة باب الإلكترونية هي أفضل موقع وصحيفة عربية على الانترنت وأن الشخصية الشكلية للصحيفة تتناسب مع إخراج الصحيفة من حيث وحدة الألوان ومتناغمة مع الصفح الأولى.

وتتضمن الجريدة الإلكترونية فكرة النص الفائق حيث يمكن لزوار الموقع استعراض الصفحات الشخصية لعدد كبير من المتخصصين في المجالات الشرعية والأكاديمية والطبية والعامة، وتوجيه الأسئلة لما يختاره الزائر منهم بحيث يقوم الموقع بعرض الأسئلة عليهم والإجابة عليها في الوقت نفسه،

كما تتضمن موضوعات جريدة باب الإلكترونية أبواب متعددة منها الدين والتعليم والمرأة والتكنولوجيا والاتصالات والأطفال والموضوعات الصحية والموضوعات التي تتناول الغذاء والسياحة والشباب والثقافة والآداب والاستثمار والجمال والسيارات والتسلية والإعلام والمال وأعمال مجتمع وأسرة ومنوعات بوابات الانترنت ومكتبة باب وتقدم الجريدة خدمتين إضافيتين هما .

-اشتراك مجاني بالبريد الإلكتروني لاستلام نشرة البريد الإخبارية اليومية.

-اشتراك مقابل دفع أجور وهذا يعنى بإتاحة كامل الموقع الذي يحتوى على عدد من الأحداث لا توافرها الخدمات المجانية ويزور هذا الموقع نسبة عالية من القراء الذين يشكلون صناع القرار في المؤسسات الحكومية ورجال الأعمال.

وتضمن جريدة باب للقراء تدفقا إخباريا متواصلا على مدار الساعة يصل إلى أكثر من تسعين خبرا وفرصة خبرية أي حوالي سبعين ألف كلمة يوميا تغطى أهم التطورات والأحداث العربية والعالمية .

-جريدة الجزيرة الإلكترونية :

جريدة الجزيرة السعودية صحيفة يومية تصدر من مؤسسة الجزيرة للصحافة والطباعة والنشر ومقرها الرياض، تمتلك جريدة الجزيرة نخبة من الكتاب المحليين والعرب الذين جذبت كتاباتهم العديد من شرائح المجتمع السعودي، بالإضافة إلى أن

جريدة الجزيرة هي أول جريدة عربية سعودية على شبكة الانترنت، وتنشر في صدر صفحتها الأولى أرقام مبيعاتها.



الصفحة الرئيسية لجريدة الجزيرة

وتتضمن الجريدة الإلكترونية فكرة النص الفائق وقوائم الإطارات حيث يمكن لزوار الموقع استعراض الصفحات في المجالات المختلفة من موضوعات محلية واقتصادية وسياسية ورياضية ودولية، كما تقدم الجريدة قائمة بالخدمات التي تقدمها جريدة الجزيرة، ومنها الإعلانات والاشتراكات والأرشيف والبحث وجوال الجزيرة والسوق المفتوح وخدمة الانترنت .

كما يعرض موقع الصحيفة للأخبار الرياضية حيث تعرض منوعات رياضية ومواقع رياضية، كما تقدم الأخبار الاقتصادية المرتبطة بعدد من الجهات منها الشركات، والسوق السعودي، ومنظمة أوبك، ومجلس الطاقة العالمي والأسواق العالمية ومؤتمر البترول العالمي.



الخاتمة

كانت بداية ما سمى بالصحافة الإلكترونية عربيا بداية متواضعة، ولكن كانت بداية سريعة حيث سارعت الصحف العربية في تدشين مواقع لها على شبكة الإنترنت الواحدة تلو الأخرى بخلاف تأخر انتشار باقي المستحدثات كالإذاعة والتليفزيون... وغيرها .

وكان يغلب عليها جميعاً عدداً من السمات منها:

- اختلفت الصحف الإلكترونية العربية في استخدامه للعناصر البنائية التقليدية على شبكة الإنترنت .
- تنوعت الصحف العربية على الإنترنت في توظيفها للوسائط التكنولوجية التي وفرتها شبكة الإنترنت ولكنها لم تستغلها الاستغلال الأمثل .
- لم تستفد الصحف الإلكترونية العربية من الوسائط المتعددة المتمثلة في الصوت والصور والرسومات المتحركة مما نتج عنه اختلال كبير في دور ووظيفة هذه العناصر .
- اختلفت الصحف الإلكترونية العربية في استخدام لغة ظهورها على شبكة الإنترنت ولكن معظمها استخدم في البداية نمط الصورة GIF.
- اتبعت الصحف العربية على الإنترنت أسلوب الإخراج الرأسي غير أنها تتباين في الاستفادة من مساحة الشاشة الأفقية.
- أما الآن فقد زادت قناعة المؤسسات الصحفية العربية بأهمية التواجد في الفضاء الإلكتروني وسعيها إلى دعم هذا التواجد بتطوير المواقع وزيادة الخدمات التي تقدمها، ومحاولة الاستغلال الأمثل لأدوات التفاعل والاتصال عبر الإنترنت والمساحة الهائلة للفضاء الإلكتروني، لتقديم خدمات متميزة تناسب الوسيط

الجديد وتتلافى من خلالها المعوقات والقصور السابقة التي كان يتغاضى عنها قديما لحداثة الوسيط، أما الآن وبعد هذه السنوات فلا يوجد موانع من مقارنات بين ما علية صحفنا الإلكترونية العربية وما عليها الصحف الإلكترونية العالمية، حيث مر من الوقت الكثير لإجراء الدراسات والبحوث والتطوير لملاحقة ركب الصحف الإلكترونية العالمية .

وهناك عدد من العناصر الهامة التي تساعد إرساء مفهوم الصحافة الإلكترونية العربية وتواجدها المستمر والدائم والفعال على الشبكة منها:

١-تبنى استراتيجيات واضحة للتواجد العربى للصحف على شبكة الإنترنت وتحديد أهداف هذا التواجد وإذا ما كانت هذه الأهداف دعائية أم تسويقية أم ربحية .

٢-إيجاد التشريعات الصحافية التي تحكم العمل في الصحافة الإلكترونية العربية حيث أن اتساع مساحة النشر والتوزيع الإلكتروني أستوجب إيجاد تشريعات وتوجيهات أخرى تختلف عن التشريعات والأحكام والتوجيهات التي تحكم الصحف المطبوعة المحلية الصدور.

٣-التكامل الصحافى الرقمي فمازالت معظم الصحف العربية تعتمد على آليات قديمة في تنسيق وتنظيم عملها، ومازالت الشبكات الكمبيوترية الداخلية بحاجة إلى تطوير بما يساعد على نقل المعلومات والأخبار بشكل رقمي سريع .

٤-التأهيل الجيد للصحفيين خاصة لمن يعملون لحساب الصحيفة الإلكترونية في مجالات النشر الإلكتروني وتكنولوجيا المعلومات والوسائط المتعددة، حيث يختلف مفهوم وطبيعة عمل الصحفي الوراقى عن مفهوم وطبيعة عمل الصحفى الإلكتروني .

٥-أن تهتم كليات وأقسام الإعلام بتدريس النشر الإلكتروني والصحافة الإلكترونية بما يسهم في إعداد صحافيين قادرين على التعامل مع هذا النوع من الصحافة.

٦-إجراء البحوث والدراسات العلمية الخاصة بجمهور الصحيفة الإلكترونية للتعرف على احتياجاتهم الحقيقية ومحاولة تلبيتها .

٧-تنوع مصادر التمويل وعدم الاعتماد الكلى على الدعم الحكومي أو دعم المؤسسة الصحفية الأم، وفى هذا السياق يجب أن تبدأ الصحف الإلكترونية العربية في بيع بعض موادها الصحفية والمعلوماتية والأرشيفية والصور وإدخال خدمات النشرات الإخبارية اليومية والتسويق والتجارة الإلكترونية على مواقعها .



المراجع

أولاً : المراجع العربية .

١- الجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم، توصيات المؤتمر العلمى السنوي الثامن للجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم بالاشتراك مع جامعة عين شمس فى الفترة من ٢٩-٣١أكتوبر (المدرسة الإليكترونية)، القاهرة، الجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم، ٢٠٠١.

٢- السيد محمد سلامة : الحملات الصحفية بين سلطة الدولة وسلطة رئيس التحرير، القاهرة، الدار البيضاء للطباعة، ١٩٩١.

٣- السيد بخيت: الصحافة والإنترنت ، القاهرة، العربى للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠.

٤- ألان سيمبسون : إنشاء أول صفحة ويب، ط١، القاهرة، دار الفاروق، ٢٠٠٠

٥- أحمد أبو زيد : «ثورة المعلومات ومجتمع المستقبل»، مجلة العربى ، العدد (٥٣٩)، (الكويت: وزارة الإعلام، أكتوبر ٢٠٠٣).

٦- أحمد حسين الصاوى: نظرات فى بحوث الإعلام، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة، العدد ،١٩٨٨.

٧- أحمد فتحي الصواف: أثر اختلاف نمط الوسائل المتعددة فى برنامج الكمبيوتر على تنمية مهارات إنتاج البرمجيات وتصميم المواقع التعليمية على شبكة الإنترنت، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤

٨- أسامة عبد الرحيم على : فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية، القاهرة، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.

٩- الغريب زاهر إسماعيل: الإنترنت للتعليم خطوة..خطوة، المنصورة، دار الوفاء، ٢٠٠٠.

١٠- أمال صادق، فؤاد أبو حطب: نمو الإنسان من مرحلة الجنين إلى مرحلة المسنين،ط١، القاهرة: مركز التنمية البشرية والمعلومات، ١٩٨٨.

١١- إيمان صلاح الدين صالح: فاعلية بعض المتغيرات البنائية فى إنتاج برامج الكمبيوتر التعليمية، رسالة دكتوراه» غير منشورة»، كلية التربية، جامعة حلوان، ١٩٩٨ .

١٢- إيناس أبو يوسف: استخدامات الصحفيين لشبكة معلومات "الإنترنت" كمصدر من مصادر المعلومات، مجلة كلية الآداب،» كلية الأدب –جامعة الزقازيق ،العدد ٢٠ - إبريل ١٩٩٨.

١٣- بهاء شاهين : الإنترنت والعولمة، ط١، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٩.

١٤- جمال محمد غيطاس: مدخل إلى الصحافة الإلكترونية، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ١١٤، يناير /مارس٢٠٠٤

١٥- حاتم محمد عاطف: العلاقة بين استخدام المراهقين سن»١٤ – ١٧ سنة» للإنترنت وهويتهم الثقافية: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس،٢٠٠٤.

١٦- حسن إبراهيم مكى ، بركان عبد العزيز: المدخل إلى علم الاتصال، الكويت، منشورات ذات السلاسل، ١٩٩٥.

١٧- حسن عماد مكاوى، ليلى حسين محمد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨.

١٨- حسنى نصر ، عصام عبد الهادى : الصحافة الإلكترونية فى دولة الإمارات (دراسة تحليلية مقارنة لمواقع صحف الاتحاد، الخليج، البيان على شبكة الإنترنت عام ١٩٩٨ميلادية)، مجلة كلية الآداب ،(كلية الآداب، جامعة الزقازيق، العدد ٢٣، ١٩٩٩).

١٩- حسنى نصر : الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية ،الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.

٢٠- حمدى حسن : الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربى، ١٩٩١.

٢١- راجية أحمد قنديل: الطفل المصرى ووسائل الإعلام التعرض ومعايير التفضيل، القاهرة، الشركة المتحدة للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٢.

٢٢- راجية قنديل : علاقة الطفل المصرى بالصحف والمجلات العامة، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد السادس، يناير ١٩٩٧ .

٢٣- رضا عبد الواجد أمين: الصحافة الإلكترونية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧.

٢٤- سامى عبد الرؤف طايع: استخدام الإنترنت فى العالم العربى- دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربى، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،(كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، أكتوبر ديسمبر ٢٠٠٠).

٢٥- سعيد الغريب النجار: مدخل إلى الإخراج الصحفي، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١.

٢٦- سعيد الغريب النجار: الصحيفة الإلكترونية والورقية دراسة مقارنة فى المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ١٣، ٢٠٠١)

٢٧- سعيدة عبد السلام خاطر: تصميم وإنتاج برنامج كمبيوتر يلبى احتياجات طلاب الدراسات العليا من شبكات المعلومات وقواعد البيانات، رسالة دكتوراه(غير منشورة)، كلية التربية، جامعة حلوان،٢٠٠١.

٢٨- سليمان صالح: مستقبل الصحافة المطبوعة فى ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال،المجلة المصرية لبحوث الإعلام،(كلية الإعلام ،جامعة القاهرة، العدد الثالث عشر ، أكتوبر / ديسمبر٢٠٠١)

٢٩- سمير محمود :الحاسب الآلى وتكنولوجيا صناعة الصحف، القاهرة ،دار الفجر للنشر والتوزيع،١٩٩٧.

٣٠- سمية سعد الدين الوليلى:» تصميم صحيفة تلبى احتياجات أطفال المدارس الإعدادية»، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس،١٩٩١.

٣١- شريف درويش اللبان:» التطورات الحديثة فى تكنولوجيا النشر الإليكترونى وتطبيقاته فى

مجال الصحافة »، المؤتمر العلمى الثانى لمركز بحوث نظم وخدمات المعلومات بالتعاون مع قسم المكتبات والوثائق والمعلومات فى الفترة من ٢٥-٢٦أكتوبر ١٩٩٩، القاهرة، المكتبة الأكاديمية،٢٠٠١.

٣٢- شريف درويش اللبان: تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١.

٣٣- شيرلى بياجى : المقابلة الصحفية فن، ودليل عملى للصحفى: ترجمة كمال عبد الرؤف، القاهرة، الجمعية المصرية لنشر الثقافة العالمية، ١٩٩١.

٣٤- شيم عبد الحميد قطب: دراسة مقارنة لفنى القصة الخبرية، والتقرير الصحفى فى الصحافتين الأمريكية والمصرية، بالتطبيق على مجلتى تايم، وأكتوبر، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٤.

٣٥- طارق محمد الصعيدي: دور الصفحة الدينية بالصحف القومية فى التثقيف الديني للمراهقين- دراسة مسحة، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس،٢٠٠٢.

٣٦- عبد الرحمن العيسوى: سيكولوجية النمو- دراسة فى نمو الطفل والمراهق، بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٣.

٣٧- عبد الصبور فاضل: قارئية الصحف الدينية فى مصر-دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد السادس، يناير ١٩٩٧.

٣٨- عبد الكريم بن عبد الرحمن الزيد: الصحف العربية على شبكة الإنترنت (دراسة وصفية تحليلية)، وقائع المؤتمر ١١ للاتحاد العربى للمكتبات والمعلومات، القاهرة ١٢-١٦ أغسطس ٢٠٠١بعنوان « نحو استراتيجية لدخول النتاج الفكرى المكتوب باللغة العربية فى الفضاء الإلكتروني، تونس الرياض ٢٠٠١.

٣٩- عبد الله الهابس، عبد الله الكندرى: الأسس العلمية لتصميم وحدة تعليمية عبر الإنترنت، المجلة التربوية ،العدد ٥٧، مجلد ١٥، خريف ٢٠٠٠.

٤٠- عبد المجيد شكرى : تكنولوجيا الاتصال: إنتاج البرامج فى الراديو والتليفزيون، القاهرة، دار الفكر العربى ،١٩٩٦.

٤١- عبد الملك ردمان الدنانى:الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، القاهرة،دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.

٤٢- عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربى، عمان(الاردن)، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥.

٤٣- عدنان الحسينى :» واقع استخدام الإنترنت فى العالم العربى»، مجلة إنترنت العالم العربى، العدد ٦، يناير ١٩٩٨.

٤٤- عربى عبد العزيز الطوحى: دوافع استخدام الأطفال لشبكة الإنترنت والإشباعات المتحققة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،(كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، المجلد الثالث، أكتوبر /ديسمبر ٢٠٠٢).

٤٥- غادة مصطفى موسى: أثر عناصر تصميم الرسالة الإعلانية على فاعلية الإعلان بالإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة القاهرة، ٢٠٠١.

٤٦- غازي زين عوض الله: الأسس الفنية للمجلة، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٧.

٤٧- فاتن عبد الرحمن الطنبارى: الوسائط الإعلامية للأطفال.

٤٨- فتح الباب عبد الحليم سيد: وسائل التعليم والإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٤.

٤٩- فوزى عبد النبى خلاف: العناصر البنائية فى الصحف العربية الإلكترونية (دراسة مقارنة على صحف الأهرام والأنوار والشرق الأوسط)، مجلة كلية الآداب،(القاهرة: كلية الآداب جامعة الزقازيق، العدد ٢٨، أبريل ٢٠٠٠)

٥٠- فوزى عبد الغنى خلاف : اتجاهات سكرتيرى التحرير نحو إخراج مجلات الأطفال المصرية (دراسة ميدانية)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،المجلد الثالث، العدد الثالث، يوليو/ سبتمبر ٢٠٠٢).

٥١- ليلى عبد المجيد و محمود علم الدين: فنية الكتابة الصحفية والتحرير، القاهرة، د ن، ١٩٩١.

٥٢- ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفى للجرائد والمجلات، القاهرة، السحاب للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤.

٥٣- محمد بنهان سويلم: التصوير الإعلامي، القاهرة، دار المعارف،ط١، ١٩٨٥.

٥٤- محمد عارف : تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام العربية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، سلسلة محاضرات الإمارات، ط١، ١٩٩٧.

٥٥- محمد عبد البديع السيد: تكنولوجيا الإعلام، القاهرة، دن، ٢٠٠٢.

٥٦- محمد عبد الحميد أحمد : قراءة الصحف ودوافعها بين طلاب الجامعة: دراسة تطبيقية فى الاستخدام والإشباع، مجلة العلوم الاجتماعية (الكويت، المجلد السابع، العدد الثاني، صيف ١٩٨٩

٥٧- محمد عبد الحميد أحمد : بحوث الصحافة ، القاهرة ، عالم الكتب، ١٩٩٢.

٥٨- محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٧.

٥٩- محمد عبد الحميد احمد: إنتاج المواد الإعلامية المطبوعة فى العلاقات العامة، جدة، مكتبة مصباح، ١٩٩٠.

٦٠- محمد عبد الحميد أحمد، السيد بهنسى: تأثيرات الصورة الصحفية النظرية والتطبيق، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤.

٦١- محمد عطية خميس : منتوجات تكنولوجيا التعليم ، القاهرة ، دار الكلمة، ٢٠٠٣.

٦٢- محمد محمد عبده بكير. «معالجة الراديو التليفزيون للمشكلات النفسية والاجتماعية للمراهقين فى مصر- دراسة مسحية فى ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام»، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٣).

٦٣- محمد محمود السيد: وضع برامج جديدة لاستنباط طرز وأنماط من الخط العربى باستخدام الكمبيوتر، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ١٩٩٤.

٦٤- محمد معوض : دراسات فى إعلام الطفل، الجزء الثانى، الكويت، المؤلف،١٩٩٨.

٦٥- محمد معوض : صحافة الأطفال صحافة متخصصة، فى أعلام الطفل دراسات حول صحف الأطفال وإذاعتهم المدرسية وبرامجهم التليفزيونية، القاهرة، دار الفكر العربى، ١٩٩٨.

٦٦- محمود أدهم : الأسس الفنية للتحرير الصحفى العام، القاهرة، دن، ١٩٨٤.

٦٧- محمود حسن إسماعيل، فاتن عبد الرحمن الطنبارى: مشكلات الطفولة فى الصحافة المصرية(دراسة تحليلية مقارنة)، المؤتمر العلمى الثانى لمعهد الدراسات العليا للطفولة(أطفال فى خطر)، من ٢٦-٢٩مارس، القاهرة، جامعة عين شمس،١٩٩٤.

٦٨- محمود خليل:الصحافة الإلكترونية: أسس بناء الأنظمة فى التحرير الصحفى، القاهرة، العربى للنشر والتوزيع، ١٩٩٧.

٦٩- محمود خليل، الاتجاهات الحديثة فى استخدامات الحاسب الآلي فى التحرير الصحفى، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، ١٩٩٩)

٧٠- محمود خليل : «الصحافة الإلكترونية (التحليل الدلالى للنص الصحفى»، بحوث فى الصحافة المعاصرة، ط١، القاهرة، دار العربى للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠.

٧١- محمود علم الدين : الإخراج الصحفى، (القاهرة : العربى للنشر والتوزيع،١٩٨٩).

٧٢- محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، القاهرة، العربى للنشر والتوزيع،١٩٩١.

٧٣- محمود علم الدين : الصورة الفوتوغرافية فى مجالات الإعلام، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، ١٩٩٨

٧٤- محمود علم الدين: الصحافة فى عصر المعلومات: الأساسيات والمستحدثات، القاهرة، مطابع الأهرام،٢٠٠٠.

٧٥- محمود علم الدين : مدخل إلى الفن الصحفى .ط٢ .(القاهرة : ركلام الفضائية ، ٢٠٠٣)

٧٦- مرفت كامل لطرابيشي: العوامل المؤثرة فى تعرض الشباب المصرى للمواقع الإلكترونية على الإنترنت- دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب، (كلية الآداب، جامعة حلوان، العدد السادس، يوليو١٩٩٩).

٧٧- مصطفى جودت : تحديد المعايير التربوية والمتطلبات الفنية اللازمة لإنتاج برامج الكمبيوتر التعليمية فى المدارس الثانوية، رسالة ماجستير(غير منشورة) ، كلية التربية، جامعة حلوان، ٢٠٠٠.

٧٨- منال محمد أبو الحسن: دوافع استخدام الأطفال للحاسبات الآلية وعلاقتها بالجوانب المعرفية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٢.

٧٩- مها كامل الطرابيشي: الصحافة الإلكترونية الدينية على الإنترنت (دراسة تحليلية وصفية لموقع صحيفة عقيدتى، مجلة كلية الآداب، (كلية الآداب، جامعة حلوان، العدد السابع،يناير ٢٠٠٠) .

٨٠- مها كامل الطرابيشي: انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي – دراسة تجريبية، المؤتمر العلمى السنوى السابع الإعلام وحقوق الإنسان العربى،(كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول مايو ٢٠٠١) .

٨١- نادية حسين ماهر:» استخدام شبكة الإنترنت فى الإعلان الإلكترونى فى شركات السياحة المصرية»، مجلة علم النفس والعلوم الإنسانية، جامعة المنيا، الجزء الثانى، مجلد ١٢،العدد الأول، يناير٢٠٠١،ص٢٠٥.

٨٢- نبيل حداد : التحقيق الصحفى شروطه العملية للنجاح والتأثير، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ٨٨، يوليو/سبتمبر، ١٩٩٧.

٨٣- نجوى عبد السلام فهمي: دور مجلات الأطفال فى إمداد الطفل المصرى بالمعلومات، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الأعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٨.

٨٤- نجوى عبد السلام فهمى:» تجربة الصحافة الإليكترونية المصرية والعربية الواقع وأفاق المستقبل»، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة العاهرة، العدد ٤، ديسمبر ١٩٩٨.

٨٥- نجوى عبد السلام: أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت- دراسة استطلاعية، المؤتمر العلمى الرابع لكلية الإعلام بعنوان» الإعلام وقضايا الشباب فى الفترة من ٢٥-٢٧ مايو» كلية الإعلام –جامعة القاهرة، ١٩٩٨.

٨٦- نجوى عبد السلام فهمي: التفاعلية فى الموقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت «دراسة تحليلية»، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،(كلية الإعلام،/ جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الرابع، أكتوبر /ديسمبر ٢٠٠١)

٨٧- نجوى كامل: إعداد الصحفى فى عصر المعلومات، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ١١٤، يناير /مارس٢٠٠٤.

٨٨- نعيم فيصل المصرى : استخدامات الإعلاميين الفلسطينيين لشبكة الإنترنت(دراسة على الإعلاميين الفلسطينيين بمحافظات غزة،رسالة ماجستير (غير منشورة)، معهد البحوث والدراسات، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم بالقاهرة، جامعة الدول العربية، ٢٠٠٣

٨٩- نوال الصفتى :مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الإعلام،(القاهرة: كلية الإعلام، العدد التاسع، أكتوبر/ديسمبر ٢٠٠٠)

٩٠- نوال عبد العزيز الصفتى : أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسة العربية-دراسة ميدانية، المؤتمر العلمى السابع «الإعلام وحقوق الإنسان العربى»، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثاني، مايو٢٠٠١).

٩١- نهلة محمود حامد صقر«دور الصحافة المدرسية فى إمداد المراهقين الصم بالمعلومات –دراسة مسحية «، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٤

٩٢- هشام جعفر : الصحافة الإلكترونية فى مصر الواقع والتحديات، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ١١٤، يناير/مارس٢٠٠٤.

٩٣- روبين رولآند : الدليل المبتكر للبحث عبر الإنترنت، ترجمة : بهاء شاهين، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٣.

٩٤- زينا جايس،الكسندرا هولمز: أساسيات تصميم مواقع الويب،ترجمة مركز التعريب والبرمجة، بيروت(لبنان)، الدار العربية للعلوم، ٢٠٠٤

٩٥- وليد وادى النيل : علاقة الاتصال الشخصى بين المراهقين باكتساب المعرفة من الصحف، رسالة ماجستير (غير منشورة)، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٠.

٩٦- يحيى جاد الله إبراهيم: الإفادة من الإنترنت فى مصر: دراسة تحليلية لاستنباط أسس استراتيجية وطنية»، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة القاهرة، كلية الآداب، ٢٠٠١.

ثانيا : المراجع باللغة الأجنبية .

1- Adele R.: Writing Short Stories and Articles، United Kingdom، Oxford، Haw to Books Ltd.، 1998.

2- Alan S.: Using Hypertext for Computer Based Learning، Computers in Education، Vol.17، No.3، 1991.

3- Alexander Gorelik & Sam Mwangi، Interactive Features of Online Newspapers، ، vol. 5، no. 1 (January 2000). http://firstmonday.org/issues/issue5__1/kenney/index.html

4- Alexs Tan، Communication Theories and Research، New York، Tohn Wiley& Sons، Second edition، 1985.

5- Anderson، J.:" The Internet and The Middle East، Commerce Brings Region on-line"، Middle East Executive Reports، Vol.20،No.12،p.3. http://wwwgeorgetownn.edu/research/arabteh/meer97.htm

6- Barfield L.: Design for Media Interaction design for multimedia and the web، Pearson Addison Wesley، Harlow، England، 2004.

7- Battista D.،Eades، R. Tamassia، and I. G. Tollis. Algorithms for drawing graphs، An annotated bibliography. Journal of Computational Geometry Theory and Applications، 4(5، 1994. Also available via http://www.cs.brown.edu/people/rt/gd-biblio.html

8- Brain S. & Gray D.: Looking Good Online، The Ultimate، Resource for Creating Effective Web، 1996.

9- Bianton Sharon.: Repurposing a feature film for Interactive Multimedia، Educational Technology، Vol.31،No.12، Dec1991.

10- Bilal D.: Children's use of yahooligans، Web search Engine Cognitive

and physical behaviors on fully self generated search tasks، Journal of the American Society for information science and technology، Vol.53، No.13، Nov. 2002.

11- Bianton S.: Repurposing a feature film for Interactive Multimedia، Educational Technology، Vol. 31، No. 12، 1991.

12- Bob gordon and Maggie gordon: Digital graphic Design، London، First Published، United Kingdon، 2002

13- Boris Charpiot، et al.: Quality of Service and Electronic Newspaper:، IRISA، Campus de Beaulieu، 35042 Rennes Cedex، France. http://www

14- Bovet S.: PR Professionals and the Net، Public Relations Journal، Vol.51، No.1، 1995

15- Boynton R.: New Media may be old media's Savior، Columbia Journalism Review، 2000.

16- . Brian S.& et al.: News Reporting and Writing، New York، St. Martins Press، 5ed.، 1996.

17- Bruce D.& Douglas A.: News Writing and Reporting for todays media، New York، McGraw-Hill Inc. 3ed ، 1994.

18- Bruce G.: Professional Feature Writing، London، Lawrence Erlbaum، Associate Publishers، 1989

19- Buzhardt F.: Integrating the Internet into the classroom: the Effects on learning Student satisfaction and abor costs، Ph.D. UAS.، Univ. of Kansas، 2002.

20- Charles Rowland، "Electronic Publishing، A New Way to Use the Internet،" Online and CD-ROM Review، Vol. 18، No. 3، 19994.

21- Carlson D.: Online timeline، http://iml.jou.ufl.edu/carlson/professional/new__media/، 2001.

22- Carlos R.: A typology of Newspaper Readers: Journalism Quarterly، Vol.65، No.1، Spring 1998.

23- Christoph Neuberger، Jan Tonnemacher، Matthias Biebl، and André Duck، Online--The Future of Newspapers? Germany's Dailies on the World Wide Web، http://www.ascusc.org/vol4/ssue4/index.html، September 1998.

24- Christopher H.: Online newspapers، Going some where or going no where?، Newspaper Research Journal، Vol.17، No.3، Summer/fall،1996.

25- Conklin، J.: "Hypertext-an Introduction and Survey،" IEEE Computer magazine، vol. 20، no. 9، 1989.

26- David Botter: Electronic Signs in Writing in Space: The computer Hypertext and History of writing، http://www.Rochester.edufcollege/fs/Publication/botterSign.htm

27- David Kingery : An Analysis of digital typography and page layout for headline in electronic newspapers، Ph.D. Texas Univ. 2000.

28- David، k. & Richard، F.: " Skimming Electronic newspaper Headlines: A study of Type Face، Point Size، Screen Resolution and Monitor Size"، Information Processing Management، Vol.33، No.5، Sep.1997.

29- David Pearce: Does Personal Experience in A community Increase or Decrease Newspaper Reading: Journalism Quarterly، VOL.73، No.2، Summer، 1996.

30- Deflrur M.: Audience Recall of news stories presented by newspaper، computer، TV.، and radio، Journalism Quarterly، Vol.69، No.4،Winter1992.

31- Deflrur M.& Everette E.: Understanding Mass Communication. Boston. Houghton Mifflin Company. 1996.

32- Dellaert B.& Khan B.: How Tolerable is Delay? Consumer's Evaluation of Internet Web Sites after Waiting . Journal of Interactive Marketing. Vol.13. No.1. 1999

33- Denis M.& Seven W.: Communication Models. London. Longman. Second edition. 1993.

34- Descy Don: Web Page Design. Tech Trends. Vol.42. No.1. Jan-Feb1997

35- Deuze. M.: Journalism and the Net: Thinking about Global Standards. http://www.pmpc.napier.ac.uk/poj/index.html .1999.

36- Donica Mensing & Jennifer Greer: Evolution of Online Newspapers:A longitudinal content analysis. http://www.ajr.org/Newspapers.asp?MediaType=1

37- Dyson P.: Pocket Dictionary: The Pc User's Essential Accessible. San Francisco: Sybex Computer Books. 1998

38- Edwards P.& et al: Making Money in Cyberspace. New York. Penguin Putnam Inc..1998

39- Elen H.: The Youth Markets Idial Newspaper: Newspaper Research Journal. Spring 1995.

40- Elliot King: The impact of the Internet on journalism: Introduction.. The Electronic Journal of Communication. Vol. 7. No 2. 1997

41- Endres L.& Schierhan B.: New Technology and the Writer/ Editor Relationship: Shifting Electronic Realities. Journalism Quarterly. Summer. 1995.

42- Erlindson، M. :Online newspapers: the newspaper industry dives into cyberspace. Major research paper in journalism، graduate school of journalism، University of Western Ontario. (1995). http://ourworld.compuserve.com/homepages/Erlindson/

43- Esrock S.& Leichty G.: Corporate World Wide Web pages: Serving the News Media and Other Publics، Journalism and Mass Communication Quarterly، Vol.76، No.3، 1999.

44- Everett، V. : U.S. Newspapers Online، Database، October/November، 1994.

45- Facorro L.& Defleur M.: L. A Cross- Cultural Experiment on How Audiences Remember News Stories from Newspaper، Television، and Radio Sources، Journalism Quarterly، 1993.

46- Fitzgerald، M.: Building newspapers and communities، Editor and Publisher، Vol. 129،No. 47، November 1996.

47- Fitzgerald، M.: Newspapers go it alone in cyberspace. Editor and Publisher، Vol. 130، No.7- February 1997..

48- Floyd B.& et al.: The Art of Editing، New York، Macmillan Publishing Company، 1989.

49- Format Design: Typography and Typestyles، http://www.talmanassociates.com/upg/ch08/ch08.html

50- Gartner Inc.: Online ads grow fastest، http://www.nua.com/surveys/index.cgi

51- Gary، Pertman: Interactions. User Interface Guidelines and Standards، http://www.acm.org/~periman/interactions/21.std.html

52- Gene G.: Modern News paper Editing, California, Lowa State University press, Ames, 4ed, 1999.

53- George A.: News Writing, Boston, Houghton Mifflim Company, 5ed., 1995.

54- Gibbs S.: Multimedia Programming Objects Environments and Frame Works, New York, 1995.

55- Gilder, G. F: Fidler's Electronic News Panel is a better bet for the future than home shopping, ASNE Bulletin. 1994.

56- Ginige A.& David L.: Hypermedia Authoring, IEEE Multimedia, Winter, 1995.

57- Goeffrey H.& David S.: Practical Newspaper Reporting, Oxford, Focal Press, 2ed, 1993.

58- Gregory Gwen & Brown Marlo: World Wide Web Page Design: A structured Approach, Journal of Interlibrary loan, Document Delivery&Information Supply, Vol.7,No.3,1997.

59- Hakon Lie & Walter Bender: The Electronic Broadsheet: all the News that fit the Display, This paper was Published in Proceedings of Electronic Publishing, 1992, Cambridge University Press

60- Ha L. & James E.: "Interactivity reexamined: A Baseline analysis of early business Web sites," Journal of Broadcasting & Electronic Media, vol. 42, No. 4, 1998.

61- Hallahan K.: Improving Public Relation Web Sites through Usability Research, Public Relation Review, Vol.27, No.2, 2001

62- Hamill J.: Internet Forum, International Marketing Review, Vol.18, No.5,2001

63- Hamill J.: Effective Web Site Marketing، International Marketing Review، Vol.16، No.2، 1999.

64- Harrison M.: The essential elements of Hypermedia، Multimedia Systems and Applications، London، Academic Press، 1995.

65- Heeter C.:،Implications of new interactive technologies for conceptualizing communication.، In: J. L. Salvaggio and J. Bryant، editors. Media use in the information age. Hillsdale، N.J. : Lawrence Erlbaum، 1989.

66- Hendly R.: Hypermedia generation from domain representations، Computers in Education، Vol. 20، No. 1، 1993

67- Herre van Oostendorp and Christof van Nimwegen: Locating Information in an Online Newspaper، http://www.ascusc.org/jcmc/vol4/issue1/index.html.

68- Horton William: Designing and Writing Online documentation: Hypermedia for self supporting products. 2ed. New York. 1994.

69- Human Factors International. Usability through the Software Ergonomics: Interface design & Usability Testing، http://www.humamfactors.com/layout.html

70- Ivanor K.: The search for s theory of hypermedia، http://www.informatic.umu.se/~kivanao.htm

71- Jakob Nielsen: Differences Between Print Design and Web Design، http//www.useit.com/jakob/، 1999.

72- Jakob Nielsen.: "Interface Design for Sun's WWW Site". http://www.sun.com/sun-on-net/uidesign/

73- Jane، S.:" Changes and Consistencies، Newspaper Journalists Contemplate

Online Future Newspaper، Research Journal، VOL، 18، Wint/Spr.1997

74- Jennifer M. & Kamarer D.: Reader Preference for Electronic Newspaper، Newspaper Research Journal، Vol.16، No.3، 1995.

75- Jennifer Greer& Donica Mensing: Evolution of Online Newspapers:A longitudinal content analysis، http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind03 10a&L=aejmc&D=0&P=1228، 2003

76- Jim Falk : The Meaning of the Web" Online"، http//www.scu.edu.au/ sponsored/ausweb95/papers/sociology/falk.

77- Kathy G.& Jaan S.: Effects of color and Complexity in Still Photographs on Mental Effort and Memory، Journalism Quarterly، Vol.67، No.4، Winter 1990.

78- Kathleen B.: Toward A Theory of Hypertextual Design، Postmodern Culture، Vol.3، No.2، 1993.

79- Kaye B. & Medoff N.: The World Wide Web: A Mass Communication Perspective، California، Mayfiled Publishing Co.،1999

80- Kent M.& Taylor M.: Building Dialogic Relationships through the world wide web، Public Relations Review، Vol.24،No.3.1998.

81- Kent M. & Taylor M.: How Activist Organizations are Using the Internet to Build Relationship، Public Relation Review، Vol.27No.3،2001.

82- Kent M.: Dose Your Web Site Attract Customers? Three Tests of Web Site Effectiveness، Public Relations Quarterly،Vol.43،No.4،1999

83- Kennrth Kobre: Photo Journalism، Oxford، Focal Press، 1996

84- Kim Nam-Doo: The Characteristics of Web-based News Presentation: A Preliminary Study، Multimedia Journalism، Http://www.hotwired.com/

wired/2.09/departments/electrosphere/news.suck.html

85- Kilimer W.: Getting Your Business Wired. New York. AMA Com. 1999.

86- Kingery David & Furuta Richard: Skiming Newspaper Headline: A Study of Typeface. Point Size. Screen Resolution. and Monitor Size. Information Processing& Management. Vol.33.No.5.Sep.1997.

87- Lapham C.: "The Evolution of the newspaper of the future." Computer-Mediated Communication Magazine. http://www.december. com/cmc/mag/1995/jul/lapham.html

88- Laurence Blain: Steps toward Acomprehension model of Newspaper Readershop. Journalism Quarterly. VOL.63. No.1.Spring. 1986

89- Leslia. Lucas: Visually Designing the Computer-Learner Interface. Educational Technology. July 1991

90- Loretta S.: Internet use academic performance and social involvement in middle school age children. Hofstra university. Ph. D. 2002.

91- Lucas L.: Visually Designing the Computer-Learner Interface. Educational Technology. July. 1996.

92- Lynch P.& Horton S.: Web Style Guide. New Haven. Yale Univ. Press. 1999.

93- Maddux. C.:" The Internet". Educational Technology. Vol.34. No.7. 1998.

94- Mark Deuze: Online Journalism: Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web. http://firstmonday.org/issues/issue6__10/deuze/index.html

95- Martin. S. E.: How news gets from paper to its online counterpart.

Newspaper Research Journal، Vol.19 ،No.2،1998.

96- Massey، B.&Levy، M. : Interactivity، online journalism، and English-language Web newspapers in Asia. Journalism & Mass Communication،Vol.76،No. 1، 1999.

97- McAdams M.: Inventing an online Newspaper، Interpersonal Computing and Technology، Vol.3، No3، Jul 1995.

98- McGuire M. et al: The Internet Handbook for Writers، Researchers and Journalists، New York، Guilford Press، 1997.

99- McMillan، S. J.: "Who pays for content? Funding in interactive media." Journal of Computer-Mediated Communication، Vol. 4، No. 1 (September 1998) at: http://www.ascusc.org/jcmc/vol4/issue1/mcmillan.html

100-Melinda McAdams: Driving a Newspaper on the Data Highway،، http: www.town.hall.org/places/spj/، 2004.

101-Melvin M.: News Reporting and Writing، Madison، Brown & Benchmark، 6ed.، 1994.

102-Michael Hoefges : Taking it back in cyber space Newspaper، Research Journal، Vol.19،No3،Sum.1998

103-Mike Ward : Journalism Online ، New York، Focal Press، 2002.

104-Mike Ward: Journalism online: Design your web resource، New York، Focal press،2002.

105-Morris، M.، and Ogan C.: The Internet as mass medium، Journal of communication □CD-ROM□،Vol. 46،No.1، 1996.

106-Mueller J.& Kamarer D.: Reader Preference for Electronic Newspaper، Newspaper Research Journal، Vol.16، No.3، Summer، 1995.

107-Naphtali Irene Tham & Foo Yueh Peng: World Wide Web Publishing: An Overview of WWW Newspapers from the United States. http://www.isoc.org/db/inet97-abs/king.isoc.org.5388.html

108-Newhagen, J. & Levy, M. : The future of journalism in a distributed communication architecture. In D. L. Borden & K. Harvey (Eds.), The Electronic Grapevine: Rumor, Reputation, and Reporting in the New On-line Environment (pp.9-21). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, . 1998.

109-Newhagen J. E.: "The Role of feedback in the assessment of news," Information Processing & Management, vol. 33, No. 5, 1997.

110-Newsom D.&James A.: Media writing News for the mass media, California Wodsworth Publishing Company, 1995.

111-Nielsen J.: Designing Web Usability, Indiana, Indiana: New Riders Publishing, 2000,P.14.

112-Nielsen J.: The Art of Navigating in Hypertext, Communications The ACM33,Vol.3, 1999.

113-Park O.& Gittelman S.: Selective use of Animation and Feedback in Computer-Based instruction, Educational Technology Research and Development, Vol.40, No.4, 1992.

114-Patricia Holland: When Women Reads the News: in Paul Marris and Sue thornhom(Editors):Media studies: Areader, Edinburgh university Press, 1997.

115-Pavlik, J. V.:. "The Future of online journalism: Bonanza or black hole?, Columbia Journalism Review (August 1997.

116-Peck D.: Multimedia A Hands on Introduction, USA, Delmah Publishers, 1998.

117-PeterE.: WritingFortheElectronicMedia. Oxford. BrownCommunication Inc. 1994. 2ed.

118-Peter P.: The Magazine Article. Haw to think it. plan it. write it. Indiana University. Bloomington. 1991.

119-Philips Davison. James Boylan and Frederickt C.: Mass Media Systems and Effects. New York(Hott Rine Rart and Winston) Second Edition. 1982.

120-Prabu David & Jagdeep Kang: Picture High Imagery News Language and news Recall. Newspaper Research Journal. Vol.19. No.3. Summer. 1998.

121-Preece J.: Interaction Design. John Wiley Sons. Inc.. 2002.

122-Rebekah B.: The Impact of Technology on Consumer User of Traditional Media: A Case Study. http://www.bev.not:10080/project95/bromly.html.

123-Ralph Wilson: Website Design Decisions. http://www.wilsonweb.com/articles/12design.htm .2004.

124-Reason R.: Newspapers online: successes and challenges. Part III: Access Atlanta carries the torch. In Poynter Online □On-line□. Available: http://www.reporter.org/poynter/

125-Reeves T.: Evaluation Interactive Multimedia. Educational Technology. Vol. 32. No.6. May 1992.

126-Rem Rieder: A Breakthrough in Cyberspace (a newspaper>s breaking a story on a Web site before the paper printed the story) (Editorial). American Journalism Review. Vol.19. No.3. April 1997.

127-Ronald Rice: Issues and Concepts in Research on Computer Mediated

Communication، Communication Year Book، Vol.12(London: Sage Publication، 1994.

128- Rothenberg، D.: "The Internet and Early Childhood Educators"، (ERIC Document Reproduction Service، ED283409).

129- Rowland Charles: «Electronic Publishing، a New Way to Use the Internet.» Online and CD-ROM Review، vol. 18، no. 3، . 1994.

130- Ryder M.: Production and Consumption of Meaning: The Interplay Between subject in open Hypertext Representation، http://www.cudenrer. Edu/Mryder/Semiolics.95.htm

131- Sandra S. & Pasternack H.: How They Look; An Updated Study of American Newspaper، Journalism Quarterly، Vol.66، No.3، Spring، 1998.

132- Seshagiri N.: Two Years Of Technological Progress and Innovation، In World Communications and Information Report (1999-2000)، France: UNSCO، 1998.

133- Shneiderman. B.: Designing information-abundant web sites: Issues and recommendations. International Journal of Human-Computer Studies ،Vol. 47،No. 5، 1997

134- Shneiderman B.: Designing the User Interface، Addison-Wesley، 1992 .

135- Singer J. B. :،Online journalists: foundation for research into their changing roles.، http://jcmc.huji.ac.il/vol 4/issue1/singer.html

136- Steuer، J.: «Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence.» Journal of Communication، vol. 42، no. 3، 1992.

137- Tankard J.: Quantitative Graphics in News papers، Journalism Quarterly، Vol.64، No.2، Summer/ Autumn 1997.

138- Tankard J. & Ban H.: «Online newspapers: Living up to their potential?» paper presented to AEJMC. Baltimore. August. 1998. http://www.ascusc.org/jcmc/

139- Talor P.: Concurrent formative Evaluation Guidelines and Implication for Multimedia Designers. Educational Technology. Nov./ Dec. 1995.

140- Thom Lieb: Editing for Clear Communication. London: Brown& Benchmark. 1996.

141- Thomas Reevas.: Evaluation Interactive Multimedia. Educational Technology. Vol.32.No.6. May1992.

142- Trench. B. : «Interactive newspapers: From access to participation» paper presented to Society of Newspaper Design Scandinavia. Billund. Denmark (May). at http://www.dcu.ie/staff/newspaps.htm 2000

143- Tom Ang: Picture editing. An Introduction. Oxford. Focal Press. 1996.

144- Tomonari Kamba. Krishna Bharat and Michael C. Albers : The Krakatoa Chronicle - An Interactive. Personalized. Newspaper on the Web. http://www.w3.org/Conferences/WWW4/Papers/93/

145- Val__erie Issarny. Michel Ban^atre. Boris Charpiot and Jean-Marc Menaud: Quality of Service and Electronic Newspaper: The Etel Solution. http://www.newmedia.slis.uwo.ca/yuri/pdf

146- Van O. & Christof V.: Locating Information in an Online Newspaper. Departments of Psychonomics. Media and Communication. Utrecht University. http://www.ascusc.org/Jcmc/Vol4/Issuel/index.html

147- Villamil J.& Molinal L.: An Interactive Guide to Multimedia. Gue- Education & Training . Indiana U.S.A.. 1996.

148- Watson V.& Allison R.: Guiding the independent learner in Web-Based training. Educational Technology. May-June.1999

149- Wayne W.& Jay R.: Information Recall of 4 elements among young Newspaper readers. Newspaper Research Journal. Vol.16. No.2. Spring 1995.

150- White C.& Ramman N.: The World Wide Web as a Public Relations Medium: The Use of Research. Planning and Evaluation in Web Site Development. Public Relations Review. Vol.25. No.4. 1999.

151- White S.: The Effectiveness of web-based Instructional: A case Study. Paper Presented at the Joint Meeting of the Centeral States Communication Association and the Southern States Communication Association. (St..Mo.April7-11.1999).

152- -Williams J& others: The use and capture of Images for CAL. Educational Technology Service. http://www.man.ac.uk/MVC/capture2/title.html. 1995.

153- William. Winn: Non-Speech sound in Human Computer Interface: A review and Design Guidelines. Educational Computing Research. Vol. 11. No.3.1994.

154- Winfried H. Graf. The Constraint-Based Layout Framework LayLab and Its Applications. http://www.dfki.uni-sb.de/~graf/

155- Winn W.: Non-Speech Sound in Human- Computer Interface: A Review and design guidelines. Educational Computing Research. Vol.11. No.3. 1994.

156- Wulf. K.: "Training Via the Internet: Where Are we?" Training and Development. Vol.50. No.3.1997.

157- Wylie، Margie: «Electronic Newspapers Is an Oxymoron.»، Digital Media، vol. 4، no. 12، May. 1995.

158- Xigen Li: Web Page Design and Graphic of three U.S. Newspapers، Journalism & Mass Communication Quarterly، Vol.75، No.2، Summer 1998.

159- Yuri Quintana : Design of Internet-Based News Delivery Systems and Its Impact on Society، http://www.newmedia.slis.uwo.ca/yuri .

160- Yuri Quintana. : «Design of an Object-Oriented Multimedia Database for Personalized Multimedia News.»، Proceedings of the Canadian Conference on Electrical and Computer Engineering، IEEE Press، May 1996، Calgary، Alberta، Canada. 1996.

161- Yuri Quintana: News on the Internet: Technologies and Trends، http:// www.newmedia.slis.umo.ca/ 2004.

162- Zillman D.، Rhonda G.، Shyam S.، and Josphwperkins J.: Effects of Exemplification in news Reports on the Perception of Social issues، Journalism Quarterly، Vol.73، No.2، Summer، 1996.

163- http://www.usatoday.com/

164- http://www.WashingtonPost.com/

165- http://www.nytimes.com/

